



Universidad de Cuenca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Trabajo de investigación previo a la obtención
del Título de Licenciado en Comunicación
Social.**

**“UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN EL CONTEXTO DEL
PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL”.**

AUTOR: CARLOS PATRICIO JIMA ROMERO

TUTOR: MASTER. PABLO ANTONIO VÁZQUEZ

CUENCA – ECUADOR

2013



RESUMEN

Esta investigación indaga la utilización de las redes sociales por parte de los periodistas deportivos de Cuenca, de cómo se da esta relación del periodismo con la tecnología, la manera en que los medios de comunicación han contribuido para que el proceso de aprendizaje y adaptación a la era digital no sea tan difícil para los profesionales, que satisfacciones han conseguido tras implementar la utilización de las redes sociales en sus programas deportivos y si los recursos que ofrece esta revolución tecnológica han sido empleados en su máxima capacidad. Esta investigación se la realizó entre los meses de Mayo y Junio del 2013.

Palabras claves: Redes sociales, plataformas, herramientas, Facebook, Twitter, radio, programas deportivos, radioyente.

ABSTRACT.

Specifically this research refers to the use of social media by sports reporters Cuenca, how this relationship is given to technology journalism, the way the media have contributed to the learning process and adapt to the digital age is not as difficult for professionals who have achieved satisfaction after implementing the use of social networks in their athletic programs and whether resources offered by this technological revolution have been used in its full capacity. This research was carried out between the months of May and June of 2013.

Keywords: Social networks, platforms, tools, Facebook, Twitter, radio, sports programs, listener.



INDICE

PRESENTACION.....	1
AUTORIA.....	2
CESION DE DERECHOS.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
DEDICATORIA.....	5
RESUMEN.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9

CAPITULO I

Realidad del Periodismo Deportivo en Cuenca.....	10
1.1.- Redes Sociales: Usos y Aplicaciones.....	13
1.2.- El periodismo deportivo en la ciudad de Cuenca. Historia y Perspectivas.....	19
1.3.- ¿Qué cambios han generado en el Periodismo Deportivo las Redes Sociales?.....	32

CAPITULO II

Las redes sociales en los medios de comunicación de Cuenca.....	37
2.1.- Tecnología en el periodismo deportivo cuencano.....	38
2.2.- Presencia de los programas deportivos de Cuenca en las redes sociales	42

CAPITULO III

La comunicación en el siglo XXI.....	65
3.1.- Importancia y uso de las herramientas digitales en las radios	



deportivas cuencanas	67
3.2.- Retos, desafíos del periodista deportivo en la actualidad.....	70
CONCLUSIONES.....	77
RECOMENDACIONES.....	81
BIBLIOGRAFÍA.....	83
ANEXOS.....	91



Universidad de Cuenca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

CESION DE DERECHOS

Yo, Carlos Patricio Jima Romero, autor de la tesis "Utilización de las Redes Sociales en el contexto del Periodismo Deportivo Radial", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciado en Comunicación Social. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, Julio 08 del 2013

Carlos Patricio Jima Romero

010227925-4



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

SECRETARIA

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



Universidad de Cuenca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

AUTORIA

Yo, Carlos Patricio Jima Romero, autor de la tesis "Utilización de las Redes Sociales en el contexto del Periodismo Deportivo Radial", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, Julio 08 del 2013.

Carlos Patricio Jima Romero.

010227925-4



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
SECRETARIA

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos a todos los Docentes de la Universidad de Cuenca que fueron parte de la Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación de la carrera de Comunicación Social durante mis años de estudio, a aquellos que intervinieron dentro del Curso de Graduación gracias por su labor de formadores y enriquecedores del conocimiento por acentuar los principios que como profesionales siempre los debemos mantener en el ejercicio de nuestra profesión y en el manejo de la información con profesionalismo, ética y responsabilidad social.

A los compañeros y colegas quienes con su valioso aporte dieron forma a este trabajo. No puedo pasar por alto el agradecer a mi Don Guifor Trujillo y Don Romeo Moscoso, verdaderas “enciclopedias vivientes”, que con sus aportes sobre “la historia del periodismo cuencano” enriquecieron esta tesina, al igual que los datos aportados a través de su trabajo escrito por parte de los Licenciados Fausto Ávila y Miguel Gutiérrez para los cuales mis felicitaciones por su excelente investigación.

A todos quienes en su momento pusieron su granito de arena dentro de esta labor Licenciados Juan Pablo Campoverde, Diego Martínez, Juan Diego Cornejo, Pedro Reinoso, Felipe Bermeo, Ing. Andrés Muñoz Araneda, que Dios retribuya su trabajo. Bendiciones a todos quienes de una u otra forma me han ayudado a conseguir mi título profesional.

Por supuesto a mi tutor de tesina Magister Pablo Vázquez, gracias profe se pasó. A todos ustedes mis agradecimientos infinitos. Que Dios los bendiga eternamente.

El autor



DEDICATORIA

A mi Dios por sobre todas las cosas, quien en mi vida ha sido pilar fundamental en mi crecimiento espiritual, personal y familiar. Él me ha dado la fortaleza, el aliento y la inteligencia para poder luego de algún tiempo culminar con éxito este trabajo y mi carrera profesional.

A mí querida esposa, y mis adoradas hijas por soportarme durante todo este tiempo de stress, por estar siempre a mi lado y regalarme siempre una sonrisa, palabras de aliento y todo su amor demostrándome así cuando me aman. “Mi Reina y mis mágicas princesas” las adoro con todo mi corazón mis.

A mis padres gracias por no perder las esperanzas y confiar siempre en mi capacidad, con este trabajo quizá pueda devolverles un poquito de todo su esfuerzo realizado a lo largo de estos años. “Viejitos queridos, adorados” les amo y gracias por cumplir con la tarea ardua, difícil y de mucho sacrificio la de ser padres hoy y siempre.

A todos gracias por creer en mí. Que Dios los bendiga infinitamente

El autor



Introducción.

Hoy en día el uso del internet se ha incrementado y se ha convertido en una herramienta comunicacional que la manejan un 31,4% de la sociedad, según el último informe proporcionado a finales del año 2012 por parte del Director del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Byron Villacís para dar a conocer cualquier tipo de información sea esta valiosa o no. Este aumento se debe al uso de las nuevas tecnologías por parte de los ecuatorianos y uno de los motivos para este incremento es el uso de las Redes Sociales y dentro de este grupo que manejan las redes sociales permanentemente se encuentran los profesionales del Periodismo Deportivo que no pueden estar ajenos a esta realidad mediática que estas herramientas han provocado en la difusión de la información.

Pero, ¿el Periodismo Deportivo está listo para dejar de lado su labor informativa tradicional de muchos años para acoger esta nueva forma comunicacional?

En nuestro medio se ha podido observar y escuchar en algunos medios radiales de la ciudad de Cuenca que los periodistas no han sido preparados para afrontar éstas nuevas formas de comunicación quizá por la falta de apoyo por parte de quienes manejan los medios de comunicación y por tal motivo no han sido aprovechadas a su máximo en su labor periodística, las razones no las sabemos. Es por allí por donde irá encaminada esta investigación.



Capítulo I

Realidad del Periodismo Deportivo en Cuenca

En nuestro contexto he podido observar y escuchar en algunos medios radiales de la ciudad de Cuenca que no todos están preparados para afrontar las nuevas formas de comunicación 2.0 probablemente por la falta de conocimiento o explicación de estas nuevas herramientas lo que ha provocado quizá en el periodista deportivo el temor a conocer lo nuevo, pero esto no lo sabemos.

Este trabajo tiene como objeto enfocar a las redes sociales¹ dentro del aspecto de su utilización en el ámbito profesional por parte de los periodistas deportivos de nuestra ciudad.

Según Salaverría Ramón y José Alberto García:

“el periodismo analógico en el cual el redactor de un periódico se enfrentaba a diario a una máquina de escribir; el locutor de radio, a un micrófono y un magnetófono; y el presentador de televisión, a una cámara y a un dispositivo de edición de vídeo y el periodismo digital donde el ordenador ha venido a integrar en un único aparato todas esas tecnologías para la redacción y la edición audiovisual”),
Salaverría, Ramón, y José Alberto García-Avilés. "La convergencia

¹ Redes Sociales. Conjunto bien delimitado de actores -individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales. Añade que las características de estos lazos en tanto que totalidad pueden ser usados para interpretar los comportamientos sociales de las personas implicadas. Mitchell (cld en Lozares 108)
<http://alejandrogg.com.mx/temario3/Carlos-redes%20sociales.pdf>



tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo."

(2008; 35),

Los medios tradicionales y los medios digitales deben cumplir con la misma función la de "informar"², y para fortalecer esta tarea las redes sociales están presentes como fuentes o complemento de otras fuentes de información.

Es necesario que los periodistas deportivos se interesen en esta nueva propuesta comunicacional y la pongan a su servicio, que conozcan su manejo para evitar la necesidad de contratar a otras personas que tengan conocimientos mayores en tecnología pero que no conocen sobre el manejo de información.

Los medios de comunicación deben estar a la vanguardia con la tecnología pero no solo deben cumplir con la tarea de implementarla sino de adiestrar continuamente a quienes van a hacer uso diario de la misma.

Según Dader:

"es necesario no sólo invertir en tecnología, sino en adiestramiento del personal con el fin de que el acceso a base de datos electrónicos y servicios de información en línea sea una práctica". Dader, José Luis.
(ctd en Fuentes)³

² Informar. Enterar, dar noticia de una cosa; procurarse noticias; noticia o noticias que uno trata de saber; en los periódicos, sección de noticias". Española, Academia Real. "DICCIONARIO RAE".
<http://www.rae.es/drae/>

³ <http://www.saladeprensa.org/art04.htm>



En el inicio de esta tesina haremos referencia a aspectos tales como las Redes Sociales usos y aplicaciones, el Periodismo Deportivo en la ciudad de Cuenca historia y perspectivas, además sobre los cambios que han generado en el Periodismo Deportivo las Redes Sociales.

Lo que se pretende por medio de esta investigación es conocer como estas nuevas “herramientas 2.0 o redes sociales”⁴ que nos trae la tecnología como la manifiesta Elena Barberá han incursionado en los medios de comunicación y cuál ha sido el éxito que han permitido alcanzar a quienes las han involucrado dentro de sus espacios informativos llevándolos de consumidores de información a ser creadores de información.

Estamos conscientes de que el periodismo debe cambiar su *chip*, debe reestructurar su manera de obtener y crear información, así como progresan la ciencia y la tecnología los medios de comunicación y comunicadores también debemos progresar. Debemos saber explotar esta nueva tecnología, ser especialistas en su manejo y permitir que nuestra labor sea un mundo de información continua, interactiva, de síntesis y libre.

Dader analiza las tan traídas y llevadas “nuevas herramientas” en el marco de su utilidad y rapidez, y afirma:

⁴ Barberà, Elena. "Calidad de la enseñanza 2.0." *RED. Revista de Educación a Distancia* (2008): 1-17.
<http://www.um.es/ead/red/M7/elena.pdf>



“que es indispensable un cambio de mentalidad entre los periodistas que quieran circular en esta supercarretera y no convertirse en parte del asfalto. Dader, José Luis. (ctd en Fuentes)⁵

1.1.- Redes Sociales. Usos y Aplicaciones

Para tener claro con respecto a que se hace referencia cuando se menciona Web 2.0 y Redes Sociales Iniciemos definiendo estos términos. En primer lugar que es Web 2.0.

“Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través de los web enfocados al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio”. Van Der Henst, Christian⁶.

Gallego define:

“red social como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. En el ámbito de la informática, la red social hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad” Martínez Gutiérrez, Fátima⁷.

Definiciones que se enfocan a nuestro tema de estudio.

⁵ <http://www.saladeprensa.org/art04.htm>

⁶ <http://www.delfos.co.cu/boletines/bsa/PDF/Queeslaweb2.0.pdf>

⁷ <http://www.teccomstudies.com/numeros/revista-1/136-las-redes-sociales-una-aproximacion-conceptual-y-una-reflexion-teorica-sobre-los-posibles-usos-y-gratificaciones-de-este-fenomeno-digital-de-masas?start=3>



En el periodismo deportivo o periodismo en general,

“Las redes sociales constituyen verdaderas plataformas que hacen que sea más fácil crear y mantener contactos con quienes comunicarse, publicar y compartir recursos, crear comunidades o grupos de interés. Es decir, las redes sociales pueden y deberían ser empleadas por los profesionales de la información”. Arroyo-Vázquez, Natalia⁸.

Los periodistas deportivos nos hemos visto en la imperiosa necesidad de tomar como una herramienta de apoyo las redes sociales y formar parte de este nuevo sistema de comunicación hemos tenido que estar a la par con el avance tecnológico, tener un conocimiento claro de las nuevas herramientas que nos trae la web, de su manejo, de cuáles son las ventajas y desventajas que nos brindan al momento de utilizarlas para poder hacer uso correcto de éstas lo que conllevaría a que se pueda realizar una buena tarea de comunicación periodística, informativa e investigativa.

Dominique Wolton manifiesta:

“que con la comunicación se busca compartir e, intercambiar. Lo importante no es que el ciudadano reciba mucha información sino que la comunicación le ayude a pensar y buscar estrategias para el cambio. La comunicación como norte de una política así concebida, deberá ayudar a organizar las diversas propuestas para luego confrontarlas y discutirlos a modo de lograr la alternativa más viable y consensuada.”

⁸ <http://www.thinkepi.net/el-uso-profesional-de-las-redes-sociales>



Wolton, Dominique. "Informar no es comunicar". Barcelona: Editorial Gedisa. (2010; 20).

Además nos dice que:

"la comunicación es una problemática de la convivencia y del vínculo social, contemporánea de una sociedad en movimiento, de interactividad, de velocidad, de libertad y de igualdad". Wolton, Dominique. "Informar no es comunicar". Barcelona: Editorial Gedisa. (2010; 20).

Lo cierto es que estos aspectos que señala Wolton son aquellos que la sociedad ha reclamado desde siempre interactividad, velocidad para recibir y transmitir información, libertad e igualdad con lo que hoy en día se puede contar gracias a las redes sociales

El uso de las redes sociales demanda en el periodismo un conocimiento de estas herramientas el no ignorar su presencia, a la información que circula a través de estas redes. El periodismo debe adaptarse a estas con un manejo bajo los parámetros de *Responsabilidad Social* entendida, según Berman como:

"la inversión personal en el bienestar de otros y del planeta" y se manifiesta en "la forma como vivimos con los otros y tratamos a los otros" Berman, Sabina. (ctd en Rivera – Lissi)⁹.

⁹ http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22282004000200009



Las redes sociales pueden expandir nuestro conocimiento y éxito en nuestra profesión debido a la información que se puede obtener a través de ellas lo cual permitirá un enriquecimiento intelectual y discernimiento para captar lo bueno desechar lo malo y luego por el uso apropiado al utilizarlas con razón nos brindará un desarrollo profesional, el ser competitivo y diferentes de los demás.

Las redes sociales han venido a favorecer a una cultura de colaboración que viene dando como resultado que nuestra profesión esté más conectada, unida y fuerte. A Las redes sociales hay que considerarlas como una alternativa de información.

Como comunicadores debemos utilizar la tecnología adecuadamente, hacer uso racional de la misma y utilizarla a favor de fomentar el aprendizaje y abrir caminos hacia la excelencia dentro de nuestra labor. El uso de estas herramientas en lo personal y profesional nos mantendrán permanentemente activos dentro de esta nueva era tecnológica.

Acceder a las redes sociales resulta sencillo así como su uso, se lo puede hacer desde un cibercafé, teléfono móvil o computadora portátil por diversión, información, elaboración de tareas, trabajos o negocios además de conocer personas nuevas e interesantes. Estos nuevos medios de comunicación necesaria están siendo considerados en los ámbitos escolares, profesionales, deportivos, culturales, religiosos, políticos, etc.

Su uso es tan amplio que se ha logrado mayor participación social en la



construcción y generación de información

“el público, ahora, se ha convertido en productor de contenido y demanda del medio de comunicación una nueva postura en relación a él”. López, Débora (ctd en Espino – Espín)¹⁰.

Estas nuevas tecnológicas deben ser utilizadas como herramientas constructivas, como medios de educación y formación, apegadas a la ética y alejadas de todo sensacionalismo.

Dentro de la comunicación como profesionales debemos darnos cuenta que las redes sociales son una herramienta eficiente para hacer crecer nuestra labor debido a que son canales, vías de comunicación para ampliar criterios, el conocimiento, despejar dudas, debido a que por medio de estos canales al mismo tiempo se comparten ideas, valores e intereses comunes entre profesionales.

“Internet ha abierto a la sociedad y periodistas nuevas posibilidades de dar a conocer su trabajo, y ha roto con la comunicación unidireccional “nosotros hablamos, ustedes callan”. Briggs, Mark¹¹.

¹⁰ <http://books.google.com.ec/books?hl=en&lr=&id=PrDY922FzpkC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Las+Radios+Universitarias.+m%C3%A1s+all%C3%A1+de+la+radio,+las+TIC+como+recurso+de+interacci%C3%B3n+radiof%C3%B3nica%E2%80%9D.+&ots=1YQCc66BEn&sig=ju477T1S69TPxVdXGkA8MRfuj8#v=onepage&q=Las+20Radios+20Universitarias.%20m%C3%A1s+20all%C3%A1+20de+20la+20radio%2C+20las+20TIC%20como+20recurso+20de+20interacci%C3%B3n+20radiof%C3%B3nica%E2%80%9D.&f=false>

¹¹ https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf



Las redes sociales llegaron para quedarse y su receptividad ha sido tan evidente que día a día un mayor grupo de personas forman parte de ellas, sus formas innovadoras con las que se muestran han provocado un incremento en las interrelaciones personales y de comunicación en el contexto mundial.

Debemos tener claro que el crecimiento personal y profesional no se lo alcanza tan solo con saber utilizar las redes sociales sino debido a la responsabilidad y credibilidad en su manejo y de lo que por medio de estas se informa. Pero esto se lo gana a través del tiempo.

1.2.- El periodismo deportivo en la ciudad de Cuenca. Historia y Perspectivas.

Para abordar este tema ha sido necesario recurrir a los amigos de los medios de comunicación, amigos que para muchas generaciones de periodistas deportivos han sido parte del aprendizaje de esta profesión que la abrazamos con respeto y mucho afecto.

Y es que registros escritos con respecto a los inicios del periodismo deportivo en nuestra ciudad no los hay sino los relatos de la memoria (a propósito una memoria muy fresca para recordar nombres, hechos y anécdotas) de quienes desde hace muchos años atrás formaron parte de los albores del periodismo deportivo en nuestro medio, de aquellos que mediante un aprendizaje empírico a través de la curiosidad, la lectura, del escuchar a



periodistas, locutores, narradores de otras ciudades y países se fueron formando dentro de esta profesión sentando las bases del periodismo deportivo en Cuenca.

Romeo Moscoso Moreira

Uno de los referentes del periodismo deportivo de la ciudad de Cuenca es Walter Romeo Moscoso Moreira, simplemente Don Romeo Moscoso a quién se lo identifica por su tono de voz grave y fuerte (*“voz ronca y peluda”*), o su frase *“mis amigos”*. Llegó desde la provincia de Manabí, Bahía de Caráquez, a la edad de 11 años por una disposición de su padre quien fue cuencano, actualmente con 70 años edad de los cuales 42 años en la docencia y 51 ejerciendo el periodismo deportivo trae una vez más a la memoria y comienza a relatar de una manera elocuente, fluida y elegante, otras de sus características, algunos de los momentos y sus protagonistas de la historia del periodismo deportivo cuencano.

En el inicio de la charla Don Romeo nos cuenta que empezó a tomarle cariño a esto de la actividad deportiva en el colegio Benigno Malo donde estudió y fue en esa época donde relato un partido intercantonal para la radio Ondas Azuayas y le gusto, aunque lo hizo *“horriblemente mal”* le gusto y se *“picó”*, desde allí empezó a practicar la narración con partidos imaginarios, jugadas imaginarias y alineaciones reales con nombres de jugadores de Barcelona y



Emelec con los cuales creaba verdaderos partidazos, Clásicos del Astillero.

Don Romeo, ¿Cómo era la Radio en esos tiempos?

“Yo creo que lo mismo con menos tecnología, se luchaba mucho por en la información al momento oportuno con la rapidez y agilidad que se requiere”.

Le interrumpo y le consulto:

Don Romeo antes de que usted llegue a la radio ¿qué escuchaba en cuanto a información deportiva, había segmentos deportivos, qué temas se abordaba?

“Muy poco, casi nada, es que no había deporte en la ciudad de Cuenca, por ahí el básquetbol en el colegio Benigno Malo con los intercolegiales y la selección del Azuay. Recuerdo esa selección inolvidable con Claudia Aguilar, Lola Carrasco, Charito Sánchez, Juanita Solórzano, que participo en torneos nacionales con Esmeraldas, Chimborazo, Pichincha, Guayas. El deporte era mínimo...”. “En esa época había un locutor que llegó de Alemania, el Doctor Jaime Cobos Ordoñez y otro que era Teodoro Rodas Heredia,”

Según sus palabras el crecimiento del periodismo en nuestra ciudad fue empírico escuchando a otros locutores, de irse alimentando de ir recibiendo terminología deportiva que no se conocía mucho. En las radios de Guayaquil se escuchaba a locutores como: Ecuador Martínez Collazo de radio Atalaya,



Jacinto Landázuri, a Pancho Moreno, Blasco Moscoso (comentarista), Carlos Efraín Machado, a personajes de la CRE y muchos más.

En esos años se aprendió a conocer nueva terminología como “win”- puntero, alero, “back”- defensa central y otros más. De esta manera se fue enriqueciendo el periodista deportivo de la ciudad con estos términos que hasta hoy se los emplean.

Las radios que en aquel entonces a propósito eran muy pocas, se enfocaban al aspecto deportivo casi nada. En el caso de *Don Romeo* transmitía los partidos de futbol intercantonales entre Gualaceo-Paute, Sigüig-Girón que le gustaban en algo no le llamaban la atención se los transmitía a nivel de la cancha y los partidos de básquet de la selección del Azuay que llenaba el coliseo del Benigno Malo así como partidos de futbol amistosos con el afán de promover el balompié en nuestro medio con equipos como la selección del Azuay y equipos invitados como Aucas, Norteamérica, Everest y otros más.

¿Qué otros nombres le vienen a la memoria de aquellos que pusieron las bases del periodismo deportivo?

“El Doctor Jaime Cobos Ordoñez con una dicción y pronunciación brillante, elegante para hablar. Don Jorge Calvache, Don Segundo Becerra (Banderín) uno de los primeros en la información y comentario deportivo, hacía un programa diario que en aquel tiempo era una “barbaridad”, porque no había tanto material para hacer un programa



como ahora se lo realiza diariamente”.

¿Y los hermanos Neira Carrión?

“Juan Antonio Neira Carrión, Manuel Neira, quienes formaron parte del naciente Círculo de Periodistas que no hicieron la actividad de tomar el micrófono o tomar una pluma y escribir. Don Vicente Zagñay que incursionó con Simón Cañarte Barbero guayaquileño, dueño del Diario “La Nación”, con muy buena acogida y que escribió lagunas veces allí. Ellos fueron los primeros. Aníbal de los Reyes Arcos tenían una afición por el periodismo, tenían unas ganas de decir algo en el micrófono y cuando tenían la oportunidad de tener ese aparatito frente a uno utilizarlo a como dé lugar, la cosa era decir luego a timbre de mucho orgullo hable en el micrófono de la radio tal, Ondas Azuayas, Splendid, ¿y cómo así? me hicieron una entrevista, ¿y por qué? es que yo soy aficionado al periodismo deportivo, yo he trasmitido algunos partidos ¿cuántos partidos? dos. Dos partidos, y era ese el curriculum de aquellos elementos del periodismo que en ese tiempo, dice que, tenían actividad”.

El crecimiento en el aprendizaje sin duda era el escuchar a los mejores relatores (de Montevideo Joaquín Carvalho Serantes, “El Maestro” Fioravanti, al colombiano Alfredo Roca Soler, “El Bachiller”, José María Muñoz de Argentina); el ser curioso, el preguntar cómo se relatan los partidos de fútbol, como se identifica a los jugadores y por supuesto leer mucho ayudó a enriquecer el léxico y cultivar la mente.



La radio anteriormente era informativa, no era deportiva, ya que el deporte era mínimo, no había casi nada.

El diálogo con Don Romeo lo íbamos terminando y no podíamos hacerlo sin que nos contase alguna anécdota. En una transmisión de “box” en Cuenca, nos cuenta.

“un día me sorprendí que anunciaban una programación de boxeo con “fulano de tal, mengano de tal” y cuando yo iba a transmitir vi en el cuadrilátero, otros dirían en “tinglado”, vi en el cuadrilátero al anunciador que decía: “fulano de tal”, y no era él yo lo conocía y le digo: Aquí están estafando y lo digo en el micrófono. Y me viene el organizador y me dice: Don Romeo, “no me haga relajo”; es que usted le está engañando al público, le digo, esta es una estafa. El señor que está ahí tal vez venga de la nueve de octubre pero ese, ese no es el boxeador que usted está anunciando en la cartelera. Casi me pega, casi me pega”. Romeo Moscoso¹². Entrevista personal. Cuenca, 14 mayo, 2013.

Guifor Trujillo

Algo más sobre el periodismo cuencano con otro personaje referente de esta actividad en la ciudad. Guifor Edmundo Trujillo Correa, actualmente con 55 años y con más de 41 años en el medio periodístico nos comenta como fue creciendo, desarrollándose la actividad del periodismo deportivo en la ciudad.

¹² Entrevista concedida al autor de la tesina.



Don Guifor, como siempre la he llamado coincide con algunas detalles descritos por *Don Romeo*, temas con respecto al aprendizaje cuyos “maestros” como los llama Guifor fueron quienes ya en su época tenían programas, espacios deportivos en la ciudad y fuera de ella.

Su primer maestro quien fuera el Doctor Remigio Sacoto Herrera profesor del colegio Benigno Malo,

“formó una especie de escuela de periodismo, nos unimos estudiantes de colegios como Sagrados Corazones, el Normal J. Calle, el Octavio Cordero Palacios, el Benigno Malo. Después de clases nos reuníamos en cualquiera de estos colegios entre 20 a 22 estudiantes y el Doctor Sacoto nos impartía clases de periodismo e invitaba a personalidades o figuras que estaban inmersas dentro de la actividad.”

En el año 69 Guifor nos había comentado que con los estudiantes crearon un periódico llamado “El Estudiante” donde había noticias y novedades de cada colegio y donde él era el encargado de la actividad deportiva. En este periódico se informaba sobre el basquetbol, el automovilismo, temas intercolegiales.

Guifor menciona que:

“los mayores Romeo Moscoso, Vicente Serrano, César Iñiguez Torres, el profesor Jorge Calvache con don Segundo Becerra con el seudónimo de “banderín”, Teodoro Rodas Heredia ya contaban con programas deportivos y se referían al campeonato ecuatoriano de aquellos tiempo,



al deporte internacional aunque no había mucha información, fútbol amateur, transmitían el automovilismo y más”.

Como podemos apreciar y de acuerdo a las conversaciones mantenidas, el periodismo en Cuenca surge del deseo, anhelo, entusiasmo, y curiosidad, del ejemplo de quienes contaban con cierta experiencia dentro de esta profesión y seguida a través de los años por quienes hoy en día también los consideramos nuestros maestros y nos indujeron tomar este camino dentro de la vida profesional.

“El aprendizaje en esas épocas era el escuchar radios “aquí y allá”, debido a la cantidad mínima de estaciones que existían (“El Mercurio” con don Vicente Serrano, Radio “Cordillera” con don Jorge Calvache y Radio “Visión” con Teodoro Rodas), en el dial se podían captar muy bien estaciones de otros lados principalmente radios colombianas como Radio Caracol. Locutores extraordinarios (como se refieren nuestros entrevistados) como Armando Moncada Campuzano, al “negro” Perea colombianos ellos y de Guayaquil Radio Atalaya con Arístides Castro Rodríguez, Ecuador Martínez Collazo y Jacinto Landázuri, a quienes se los seguía por sus transmisiones radiales, comentarios y narraciones”.

Esto era debido a que las radio-emisoras del puerto principal ya habían incursionado en el mundo de las transmisiones a finales de los años 30.

“Y es que las escuelas de comunicación no habían en esos tiempos” nos



dice Guifor “tanto así que en el año de 1978 hubo un escogimiento en la época de la dictadura del General Rodríguez Lara y del Ministro de Educación de ese entonces, en todo el país se hizo una labor de investigación por parte del Ministerio de Educación para otorgar títulos profesionales a los periodistas que no habían tenido la oportunidad de cursar una carrera universitaria”.

Y como lo hicimos en la nota anterior, también con Guifor cerramos la conversación con una anécdota que involucró a su viejo amigo “Pepe Murillo”.

“Se dio hace varios años atrás una revolución (“revolución tecnológica”) cuando apareció el famoso micrófono inalámbrico mediante la frecuencia modulada, y “Pepe Murillo”, estábamos en una transmisión en el Coliseo Voltaire Paladines Polo de un partido de básquet, y Pepe muy contento porque debutaba con el micrófono inalámbrico, se acercó a un dirigente de origen “turco”, era ecuatoriano y dijo: “Bueno estamos aquí con fulano de tal para que nos dé una opinión de... tal cosa”. Y el hombre al ver que tenía el micrófono sin el alambre clásico le dijo: “¡Oiga pero a mí no me haces cojudo con esa nota, con esa cosa!”. Debido a que el señor desconocía lo nuevo”. Guifor Trujillo¹³. Entrevista personal. Cuenca, 15 mayo, 2013.

Datos relevantes:

- **1924**, en la Federación Deportiva del Azuay surge la inquietud del “periodismo deportivo” motivo suficiente para que José Alberto Palacios R., brillante deportista de la época, incursione en este campo y se

¹³ Entrevista concedida al autor de la tesina.



convierta en el “PRIMER PERIODISTA DEPORTIVO” del Azuay. Escribe crónicas con el seudónimo de “NING” y va haciendo historia en la “CRONICA” de Víctor Manuel Albornoz y en “El Mercurio”. Ávila, Fausto y Miguel Gutiérrez. *La Radiodifusión cuencana y su incursión en el fútbol local*. Tesis de Licenciatura. Universidad de Cuenca. (2010;36)

- **1935-40**, el doctor Honorato Carvallo como presidente del Federación Deportiva del Azuay gestionó la adquisición del terreno para la construcción de un estadio. Se cuenta con la colaboración del Concejo Cantonal de Cuenca a través de su presidente el doctor Carlos Aguilar Vásquez. Ávila, Fausto y Miguel Gutiérrez. *La Radiodifusión cuencana y su incursión en el fútbol local*. Tesis de Licenciatura. Universidad de Cuenca. (2010;37)
- **1939**, primera transmisión radial deportiva en nuestro país, a través de radio El Telégrafo. VI Campeonato Sudamericano de Natación. La realizaron Paco Villar o “El Gitano Villar” junto a “Voltaire Paladines Polo, Rafael Guerrero Valenzuela, Antonio del Campo, Ralph del Campo Cornwall”. Ávila, Fausto y Miguel Gutiérrez. *La Radiodifusión cuencana y su incursión en el fútbol local*. Tesis de Licenciatura. Universidad de Cuenca. (2010;34)
- “La Municipalidad de Cuenca compra el terreno a la señora María Ávila” en la suma de 16 mil sucres. Con los planos del estadio hechos por el ingeniero Luis Ordóñez y el apoyo del gobierno de Velasco Ibarra,



en su segunda presidencia, que entregó recursos y junto a los fondos asignados por el presidente del Concejo cuencano, el doctor Luis Peña, en los primeros meses de **1943** se inició la construcción del Estadio Municipal “El Ejido”. Ávila, Fausto y Miguel Gutiérrez. *La Radiodifusión cuencana y su incursión en el fútbol local*. Tesis de Licenciatura. Universidad de Cuenca. (2010;37)

- **1945**, con el triunfo de Cotopaxi sobre Bolívar 4 – 3, partido que daba el puntapié inicial al V Campeonato Nacional se inauguró el Estadio Municipal “El Ejido”. Éste escenario hoy es conocido como “Alejandro Serrano Aguilar”. Ávila, Fausto y Miguel Gutiérrez. *La Radiodifusión cuencana y su incursión en el fútbol local*. Tesis de Licenciatura. Universidad de Cuenca. (2010; 36,37)
- **1948**, se da la transmisión del Quinto Campeonato Nacional de Fútbol y en esa época la emisora guayaquileña Centro Radiofónico Ecuatorial (CRE) fue la que transmitió para todo el país en vivo.

Sin haber un registro oficial, dentro del mismo año se procede a transmitir en Cuenca el mismo torneo y según relata Jaime Cobos, “los señores José Heredia y Humberto Espinoza, hicieron esa transmisión del fútbol en el campeonato de ese año”. Juan Neira Carrión corroboró esta información indicando además que “La Voz del Tomebamba, con Heredia y Espinoza en su pequeña capacidad técnica, transmitió el fútbol en ese año...” Ávila, Fausto y Miguel Gutiérrez. *La Radiodifusión cuencana y su*



incursión en el fútbol local. Tesis de Licenciatura. Universidad de Cuenca. (2010; 43)

- **1949**, Jaime Cobos en Radio Ondas Azuayas pone al aire el primer programa deportivo radial, que se transmitía de lunes a viernes de 19:00 a 19:30. Ávila, Fausto y Miguel Gutiérrez. *La Radiodifusión cuencana y su incursión en el fútbol local*. Tesis de Licenciatura. Universidad de Cuenca. (2010;40)
- **1963**, emisoras que ya funcionaban y otras que recién empezaban a estar en el aire, también incursionan en el deporte como fueron Radio Ondas Azules hoy Radio Splendid, Visión (propiedad de Teodoro Rodas), Tarqui, Radio Cordillera etc. Ávila, Fausto y Miguel Gutiérrez. *La Radiodifusión cuencana y su incursión en el fútbol local*. Tesis de Licenciatura. Universidad de Cuenca. (2010; 49)

Estos fueron los inicios del periodismo deportivo en la ciudad, y progresivamente fueron apareciendo otros nombres en la ciudad como Jorge Piedra, Luis y Jorge Cueva, Jorge Cabrera Palacios, Luis Borrero Olives, Roque Salcedo, Leonardo Muñoz, Cornelio Maldonado, Fabián Molineros, y otros más. Narradores, Comentaristas, Reporteros, Comerciales, que con el pasar de los años fueron apareciendo muchos más.

Las transmisiones deportivas se fueron incrementando cada vez más debido a la aparición del Deportivo Cuenca en 1971, el profesionalismo en el balompié iniciaba y las transmisiones locales, nacionales e internacionales se realizaban



debido a la participación del equipo en los Campeonatos Nacionales y torneos internacionales en Copa Libertadores.

1.3.- ¿Qué cambios han generado en el Periodismo Deportivo las Redes Sociales?

El internet ha revolucionado la comunicación por medio de las redes sociales y por tal motivo se han suscitado cambios en el periodismo ya que demanda mayor capacidad de acción y reacción debido a la inmediatez con la que fluye la información. Ahora la labor es más ardua y conlleva más horas de trabajo de las que se empleaban cuando se redactaba en un medio tradicional. Ahora se informa al instante y obliga al periodista a realizar un periodismo más elaborado, es decir:

“la utilización de estadísticas, censos, informes sobre investigaciones científicas, archivos, base de datos, internet, y otros documentos públicos son las herramientas que utiliza el periodismo de precisión”

”Dader, José Luis¹⁴. (ctd en Fuentes)

Hoy la historia, la información que se quiere dar a conocer ya no es tan extensa es concisa ya no existe la necesidad de hablar mucho y utilizar demasiados párrafos para describirla, ya que podemos utilizar los famosos “links” o enlaces que complementen una información. Podemos utilizar imágenes, sonidos que no los podríamos emplear cuando escribimos o decimos

¹⁴ <http://www.saladeprensa.org/art04.htm>



algo lo que hoy en día ayuda a compenetrarse más a la audiencia con aquello que manifestamos en su momento.

Las redes sociales han ayudado a que la información del momento llegue y se distribuya de mejor manera a un porcentaje mayor de la sociedad debido a la variedad de plataformas de diversos tipos empleadas por profesionales especializados en diversas áreas que han permitido que la información llegue a cualquier parte del mundo con inmediatez. Esta nueva forma de desarrollar la tarea periodística demanda respuestas atrevidas y responsables para garantizar contenidos de calidad y anticiparse a lo que viene.

Al mismo tiempo las redes sociales han generado cambios en nuestras habilidades y conocimientos técnicos. Cambios como el saber desarrollar una noticia en 140 caracteres a través de “tuiters” es decir, cambios en la producción de contenidos que correspondan a las nuevas corrientes informativas que ha traído consigo la era digital.

“La labor de un periodista ya no sólo está enfocada a los estadios, canchas y parques escenarios donde generalmente se llevan a cabo eventos deportivos; sino también y con mayor rigurosidad debido a esta nueva era y las exigencias del público, a un trabajo interno de alta calidad que también es parte integral de la labor diaria del periodista”.
Marrero Rivera, Omar. “Fundamentos del Periodismo deportivo”.
Terranova Editores (2011; 155)

La tecnología va generando cambios y el periodismo deportivo no se escapa



a estos. A medida que aumenta el nivel de avance de la tecnología digital los ciudadanos van emigrando hacia la tecnología y el periodismo también, mientras unos la aprovechan otros se resisten a esta emigración

Debido a la abundante información que nos llega por todos lados nosotros como periodistas hemos tenido que asumir el papel de convertirnos en verdaderas redes sociales, debido a esa interconexión que existe entre todos quienes se comparte información para canalizarla, filtrarla y posteriormente utilizarla.

“En las Redes Sociales, lo más valioso es el contenido, si aporta valor y es útil, trasciende, si no, se desecha, así de sencillo”. Joankarlos¹⁵.

Los cambios en el ámbito laboral han sido muy notorios, ahora es posible trabajar desde cualquier lugar y con personas diversas de todo el mundo, la tarea periodística, investigativa, no tiene límite de tiempo va más allá a una labor de 24 horas al día. Somos más activos.

Las redes sociales manifiestan opinión, generan información con mayor libertad, no solo permiten la transmisión de conocimientos y colaboración entre personas, (una democratización del libre pensamiento dejando de lado la unidireccionalidad) sino que, además, desarrollan competencias tecnológicas imprescindibles para operar en contextos diversos y complejos.

¹⁵ <http://www.dosensocial.com/2011/03/14/las-redes-sociales-una-fuerte-alternativa-de-informacion/>



La manera de relacionarnos es interpersonal ya no son cara a cara sino mediante las redes sociales a tal punto que recibimos información hasta de aquellos que quieren permanecer en el anonimato es decir de desconocidos. Ahora son los mensajes de texto, las comunidades virtuales algunas de los mecanismos que han llegado a sustituir a las formas tradicionales de comunicación. Por su inmediatez, participación y respuesta.

A estas transiciones se han sometido los medios de comunicación y sus periodistas, pero hasta el momento son muy pocos los que han logrado aprovechar al máximo o sacar rédito de estas herramientas.

Hay que considerar que las redes sociales no pueden reemplazar a las entrevistas, preguntas, grabadoras, al contraste de las fuentes para la elaboración final de una noticia. Por una exclusiva o por una cobertura minuto a minuto no se pueden perder los criterios éticos y profesionales del periodismo.

Los cambios son permanentes, constantes y han obligado al periodista a estar al tono con la época, uno no puede ser “estacionario” tiene que ser “evolutivo” siempre, hoy hay mucha tecnología, información y al periodista se le ha hecho más fácil estar “empapado” de cualquier situación por la cantidad de datos que apoyan nuestra su tarea informativa y adornan una transmisión deportiva.

Con estas herramientas los periodistas deportivos han conseguido que sus



programaciones, transmisiones sean más ágiles y completas.

Los equipos pesados, los cables largos que salían de una consola de un micrófono, han quedado en el pasado. Lo ligero, lo liviano de los equipos lo inalámbrico, lo satelital, la inmediatez con lo que uno puede desarrollar su trabajo gracias al avance tecnológico y las herramientas que nos brinda para esta celeridad es lo nuevo, lo moderno, lo actual.

Aquel periodista que deja de lado la tecnología y teniéndola en sus manos no la saca provecho, no la utiliza o no sabe utilizarla; no está en nada.

CAPITULO II

Las redes sociales en los medios de comunicación de Cuenca

Internet es un medio utilizado cada vez con más frecuencia y las redes sociales en Internet son una alternativa de promoción muy importante para los medios de comunicación que las han sabido considerar de esta manera.

Internet y las redes sociales llegaron a cambiar la forma en que los individuos se comunican e informan y han servido para que en nuestro medio radios y programas deportivos en general hagan uso de estas herramientas con la finalidad de mantener y aumentar su número de seguidores acaparando de



esta mayormente la atención de los diversos públicos debido a la inmediatez y fluidez con la que se maneja la información y sus contenidos, lo que demuestra la eficacia con la que algunos medios utilizan estas herramientas en el ámbito profesional.

Esto también evidencia que el proceso de adaptación que si bien ha costado en un comienzo hay que reconocer que en aquellos que han asumido el reto de no dejar de lado la tecnología, sino al contrario obtener el mayor de los provechos de ésta, se ha dado con cierta rapidez que les ha permitido enriquecer su conocimiento que compartido o dado a conocer por diferentes canales con profesionalismo ha permitido a su vez posicionar la marca de la radio, programa o personal en el mercado por medio de la red.

Lo que se pretende dentro de este capítulo es dar a conocer la importancia que para algunos medios de comunicación, los más escuchados en nuestra ciudad (previa verificación de *raiting*) tienen las redes sociales para su trabajo diario como *Facebook*, si es empleado en la interacción con sus radioyentes el chat y publicaciones; el *twitter* si su utilización es para recibir mensajes o también crean y generan información por medio de él, además del uso de plataformas que ahora se las están empleando en algunos medios-programas para subir archivos de audios. Esperamos conocer cómo es ésta relación medios-programas-tecnología en las radios cuencanas.

2.1.- Tecnología en el periodismo deportivo cuencano.



“No pretendo frenar la edad multimedia. Sé perfectamente que en un periodo de tiempo no demasiado largo una mayoría de la población de los países opulentos tendrá en casa, además de la televisión, un mini-ordenador conectado a Internet” Sartori, G. (ctd en Vizcarra 3) Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación [Razón y Palabra / México] #69. 2013¹⁶.

El futuro del que hablaba Sartori no estuvo muy lejano, hoy en día ese acceso a internet se lo puede hacer en distintos lugares y a través de distintos dispositivos permitiéndonos a los seres humanos una comunicación e interrelación mundial.

En torno a lo profesional, tema que nos compete, nunca como ahora se ha necesitado que el periodismo se ajuste a la nueva tecnología y aprenda a utilizar los recursos actuales. Estos medios de comunicación alternativos que nos trae internet han impuesto nuevos parámetros a la profesión.

La Web 2.0 como las redes sociales, como lo definió Tim O’Riley¹⁷

Han servido sin duda alguna para una mejor gestión laboral para aquellos que la utilizan con frecuencia y se han adaptado con facilidad en la consulta y generación de información y en la cotidianidad de estar conectados no solo con una sino con más de una red a la vez con la finalidad de obtener y conocer una mayor y variada información a través de diferentes canales.

¹⁶ <http://www.razonypalabra.org.mx/PERIODISMO%20DEPORTIVO%2030.pdf>

¹⁷ <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>



Esta nueva forma de mantener contacto con un mayor número de personas conocidas, desconocidas, del anonimato y profesionales de todas las áreas de su colaboración con datos novedosos, curiosos, actuales y de interés cuyo aporte de datos ha provocado un enriquecimiento de la información y de la profesión. Las redes sociales han gestionado relaciones dinámicas entre quienes las utilizan y aportan al conocimiento mutuo.

“El proceso de comunicación genera, en definitiva, un flujo activo de participación”. Campos Freire, Francisco. “Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales” Revista Latina de Comunicación Social [Universidad de la Laguna/Tenerife] #28. 2008.¹⁸

Para nuestro periodismo deportivo las redes sociales han permitido agilidad, rapidez en el acceso a información interna y externa, los periodistas ya no necesitan esperar mucho tiempo hasta la publicación o programa del siguiente día, para dar a conocer una información que se suscita o se genera al momento o tener la necesidad de salir en búsqueda de los documentos que abalicen dicha información, es decir, el complemento de la información. Ahora este proceso si bien no deja de ser laborioso se ha vuelto más ágil debido a que la información digital que se necesite de cualquier tópico y de variados temas se puede encontrar mediante la vía digital.

“Debido a nuestra búsqueda de nuevas y dinámicas formas de comunicar e interactuar con los demás, han tenido un gran auge estos

¹⁸ <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.htm>)



sitios en la red. Hay un importante desarrollo en el sector de los “social sites” (sitios sociales) que cuentan con diferentes modelos de diseño de página, formas de interactuar aplicaciones y reglas acerca de su uso y privacidad que cautivan y llaman la atención a los usuarios de la red...”

“...El buen uso de estos sitios ha permitido mantener una retroalimentación constante por parte de los usuarios; el uso del internet y las redes sociales cuentan con funcionalidades que contribuyen poderosamente a la difusión de información y por ende a la formación de la sociedad”. Molina, Ana Sofía¹⁹.

Cerezo también nos dice que:

“Con la llegada de las redes sociales, las nuevas formas comunicativas se han expandido y diversificado. El receptor ha abandonado definitivamente su papel pasivo, y ha pasado a ser un individuo más dinámico. Además, dicho “feedback” se ha diversificado. Antes, la principal forma de interactuar se producía a través de las llamadas telefónicas. En cambio, ahora, la nueva fórmula ha quedado establecida con el ordenador como herramienta, con Internet como medio y con un nuevo canal: la red social”.

“La eficacia y el éxito de las redes sociales suele venir determinada por su sencillez e intuición para agregar hipertexto, vídeo e imagen entre otros recursos” hasta el punto que se puede observar cómo “lo visual (fotos, vídeos, gifts) prima una vez más sobre lo textual” (ctd en Herrero 6)²⁰.

¹⁹ <http://es.scribd.com/doc/19556955/Usos-redes-sociales>

²⁰ <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/viewFile/ARAB1111130003A/4028>



Estas nuevas herramientas de comunicación se han convertido en una buena forma de captar audiencia para los medios. Desde el punto de vista personal la radio ha sido la que más se aprovecha por estos medios.

Ahora sin la necesidad de saber programación hacemos uso de estas herramientas, se acabó la monopolización de los medios, las redes son más democráticas volviendo todo más transparente. Debemos tomar en consideración que las redes sociales al mismo tiempo tienden a exponernos debido a que la respuesta es inmediata para recibir información, criterios respuestas de quienes están al otro lado de la red. Lo importante de las redes sociales es que nos permite compartir contenidos con otras personas quienes los toman, se apropian, hacen su versión y los devuelven usando los mismos medios.

El internet ha ampliado la proyección de los medios de comunicación y ha roto las barreras de tiempo y espacio de interacción y accesibilidad. Para nosotros como comunicadores siempre será bueno conocer las herramientas investigarlas y experimentarlas.

La incorporación y utilización de los medios de comunicación a las redes sociales les ha permitido formar parte del grupo de los conectados, de los incluidos en la red lo que ha derivado para ellos como parte fundamental del éxito.

2.2.-Presencia de los programas deportivos de Cuenca en las redes



sociales.

Los campos de actuación que a diario se emplean en los medios de comunicación observados dentro de este estudio regularmente son el *Facebook* y por medio de este el *chat* y el *Twitter*. Estas plataformas incluyendo también las plataformas como *Ivoox*, *SoundCloud*, utilizadas para reproducir, descargar y subir archivos de audios, son las que diariamente están siendo manejadas por los periodistas deportivos de nuestra ciudad, por supuesto sin dejar de lado la comunicación vía *mail* por medio de buscadores como Google con su Gmail, Hotmail y Yahoo que traen y llevan información netamente de interés particular.

Estas herramientas de trabajo que han provocado un dolor de cabeza a más de uno quizá por su adaptación o su uso nos afectan a todos pero concordamos que han sido y son útiles para nuestra labor. Si utilizamos *Facebook* será quizá porque nuestros amigos o la mayoría de ellos lo utilizan o el *Twitter* debido a que esta red social permite encontramos con muchísimas fuentes de información importantes de periodistas, escritores, publicistas, gente profesional que está constantemente intercambiando información. El *twitter* permite no solo mirar los comentarios de los profesionales sino de los usuarios por tanto, es un medio de comunicación valedero para el profesional.

El *Facebook* se lo usa también profesionalmente este es más visual se pueden poner fotos, videos, lo utilizamos más para socializar para compartir con nuestros contactos, amigos o también para crear grupos para compartir información específica con ciertas personas. En el *tuiter*, si bien tenemos la



limitación de los 140 caracteres que es como escribir un titular de una noticia en hipertexto²¹, le puedes adjuntar lo que desees como un enlace que direccionan a documentos, videos, fotos, audios, páginas de diarios digitales, al instante y en primera fila, que enriquecen la información *hipertextual* destinada para un mayor número de personas lo que ha determinado un mayor alcance comercial, social y cultural para esta profesión periodística. Estas herramientas no solo nos permiten expresarnos o emitir contenido sino también nos permite llegar a nuestros oyentes de una forma más rápida y con presupuestos que pueden ser muchísimo más económicos que un medio de comunicación tradicional.

Los programas deportivos de los medios de comunicación observados utilizan las redes sociales para recibir, crear y difundir información y tienen presencia en ellas ya sea con su página propia del programa, o constan como parte de la página del medio radial al que pertenecen como link a través de la cual difunden algún tipo de información, de manera individual los integrantes de los espacios deportivos manejan información vía tuitter por medio de su cuenta personal o cuenta del medio o mediante el *hashtag* conocido en el mundo tuitter como la describe Fernando Escudero²²:

A una palabra que va precedida del símbolo #. Dependiendo del país, este símbolo # puede ser conocido como numeral, almohadilla e incluso gato. Los **hashtags** permiten **diferenciar, destacar y agrupar una**

²¹ Hipertexto. Texto que contiene enlaces a otros documentos.

<http://www.duiops.net/manuales/faginternet/faginternet9.htm>

²² <http://redessociales.about.com/od/LoBasicoPrimerosPasosEnTwitter/a/Conoce-Que-Son-Los-Hashtags-En-Twitter.htm>



palabra o tópico específico en esta red social, del programa si lo tienen.

Como ejemplo #unavisionaldeporte.

En los siguientes cuadros intentaremos presentar de qué manera los programas deportivos hacen su presencia dentro de las redes sociales. Para la elaboración de estos cuadros tomaremos en cuenta su posicionamiento dentro del ultimo *raiting* emitido por la empresa Mercados & Proyectos que es una empresa ecuatoriana, independiente, dedicada a la investigación de mercados y de opinión, de empresas privadas o públicas, mediante contrataciones directas o agencias de publicidad.

Cabe señalar que este tipo de estadísticas cuentan con cierto margen de error debido a que como son pagadas por los medios de comunicación, cuentan con ciertos intereses. Pero basándonos en un conocimiento real de cuáles son las radios más escuchadas en nuestro medio y cotejando con la información emitida por la empresa Mercados y proyectos se concluye que las cuatro primeras estaciones radiales que cuentan con una audiencia mayoritaria en el aspecto no solo deportivo sino informativo, musical son: Radio Tomebamba, Radio Splendid, Radio Ondas Azuayas y Radio Visión.

Según el último estudio realizado en el mes de febrero del 2013 el posicionamiento de las radios en la frecuencia AM esta de la siguiente manera:



Cuadro 1

Cuadro 1.

Nivel: Alto, Medio, Bajo - **Días:** Todos los días - **Frecuencia:** AM - **Sexo:** Todos los



sexos - **Cuenca, Febrero 2013** - **Género:** Deportes, Noticieros / Opinión -
Romántica/Baladas - **Edad:** Todas las edades

Datos de audiencia globales febrero 2013

EMISORA	DIAL	UBICACIÓN RAITING	MILES DE OYENTES
RADIO TOMBAMBA AM	1070	1	7601
RADIO SPLendid AM	1100	2	4576
RADIO ONDAS AZUAYAS AM	1040	3	2045
RADIO CADENA RADIAL VISION	1010	4	1764

Fuente. Mercados & Proyectos **Tabla:** Elaboración propia



Cuadro 2

Cuadro 2.

Nivel: Alto, Medio, Bajo - **Días:** De Lunes a Viernes - **Frecuencia:** AM - **Sexo:** Todos los sexos - **Género:** Deportes - **Edad:** Todas las edades – Hora: de 09h00 a 10h00 y de 13h30 a 15h00

Datos de audiencia de programas deportivos febrero 2013

EMISORA	HORA	PROGRAMA	DIAS DATOS DE AUDIENCIA	MILES DE OYENTES
RADIO LA VOZ DEL TOMBAMBA	08H45 A 09H45	“TOMBAMBA DEPORTIVA”	LUNES A VIERNES	8040
	13H45 A 14H45			3516
RADIO SPLENDID	08H45 A 10H00	“SUPERDEPORTIVO”	LUNES A	5261



	13H45 A 15H00		VIERNES	2772
RADIO ONDAS	08H45 A 10H00	“FACTOR M”	LUNES A	1768
AZUAYAS	13H45 A 15H00		VIERNES	835
RADIO CADENA	10H15 A 12H00	“UNA VISION AL	LUNES A	PENDIENTE
RADIAL VISION	13H45 A 15H00	DEPORTE”	VIERNES	976

Fuente. Mercados & Proyectos **Tabla:** Elaboración propia

Cuadro 3



EMISORA	PROGRAMA	PRESENCIA EN FACEBOOK	¿GRUPO O PÁGINA?	NÚMERO DE MIEMBROS, FANS, SEGUIDORES / OPCIÓN «ME GUSTA»
RADIO LA VOZ DEL TOMBAMBA	“TOMBAMBA	NO	NO SE ENCONTRO	

Cuadro 3

Comparación de la presencia radial en Facebook – Junio 2013



	DEPORTIVA”			
RADIO SPLENDID	“SUPERDEPORTIVO”	SI	PÁGINA	175 seguidores
RADIO ONDAS	“FACTOR M”	SI	PÁGINA	570 me gusta
AZUAYAS				
RADIO CADENA	“UNA VISION AL	SI	PAGINA	2 ME GUSTA
RADIAL VISION	DEPORTE”			

Fuente. Carlos Jima R **Tabla:** Elaboración propia



Cuadro 4

Cuadro 4.

Comparación de la presencia radial en Twitter – Junio 2013

EMISORA	PROGRAMAS	PRESENCIA EN TWITTER RADIO	TWITTER PROGRAMA	NÚMERO DE SEGUIDORES PROGRAMA
RADIO LA VOZ DEL TOMBAMBA	“TOMBAMBA DEPORTIVA”	SI	NO	



RADIO SPLendid	“SUPERDEPORTIVO”	SI	NO	
RADIO ONDAS AZUAYAS	“FACTOR M”	NO	@	
			factorMradio	1778
RADIO VISION	“UNA VISION AL DEPORTE”	SI	NO	

Fuente. Carlos Jima R. **Cuadro 4.** Elaboración propia

Por medio de estos cuadros podemos apreciar que no todos los medios aprovechan los recursos que brindan estas nuevas formas de periodismo digital debido a que para algunos medios de comunicación más allá de que se promoció un programa por la web de manera individual lo prioritario es promocionar su marca, la del medio de manera general. Es decir, no sacan ni ventaja ni provecho de la tecnología como otros medios si lo hacen. Su uso en este aspecto es deficiente.

De las cuatro radios observadas y que cuentan con programas deportivos quienes participan en estos de manera individual si hacen uso de las redes



Universidad de Cuenca

sociales sea Facebook o Twitter para recibir, compartir información y en otros casos solo para informarse.



Cuadro 5

Cuadro 5

Comparativo individual de las redes y seguidores utilizadas por los integrantes de un programa.

EMISORA	PROGRAMA	NOMBRE	FACEBOOK	FANS- SEGUIDORES	TWITTER	SEGUID ORES
RADIO LA VOZ DEL TOMBAMB A	TOMBAMB A DEPORTIVA	GUIFOR TRUJILLO	GUIFOR TRUJILLO CORREA		@Guiforito	627
		LEONARDO GUILLÉN	NO	-----	@Lguillenmoreno	1762
RADIO SPLÉNDID	EL SUPERDEP	ROMEO MOSCOSO	NO	-----	-----	-----



RADIO ONDAS AZUAYAS	ORTIVO	JUAN	JUAN	40 ME GUSTA	@jdiegocornejo	671
		DIEGO	DIEGO			
		CORNEJO	CORNEJO			
		FAUSTO	FAUSTO			
				89	@Faustoavilac	600
				SEGUIDORES		
	FACTOR M	FAUSTO	AVILA			
		AVILA	CAMPOVER			
			DE			
	RADIO UNA VISION CADENA AL RADIAL DEPORTE	PEDRO	PEDRO		@Pedro1Reinoso	689
		REINOSO	REINOSO	49 ME GUSTA		
		ANDRES	ANDRES	40 ME GUSTA	@andresmunoza	9609
		MUÑOZ	MUÑOZ			
		PABLO	PABLO	205 ME	@pablojmora	1677
		JOSE	JOSE	GUSTA		
		MORA	MORA			
		DIEGO	DIEGO	22 ME GUSTA	@DiegoMatinez_C	558
		MARTINEZ	MARTINEZ			
			CORREA			
		FELIPE	FELIPE	24 ME GUSTA		
		BERMEO	BERMEO			
			QUINDE		NO SE ESCONTRO	



VISION

ANDRES	ANDRES	211 ME	@AndresCRVision	283
CARPIO	CARPIO	GUSTA		
	GUEVARA			

Fuente. Carlos Jima

Tabla: Elaboración propia



Cuadro 6



Cuadro 6

Comparativo individual de los mensajes enviados a través de las redes sociales por día. Junio 2013

EMISORA	NOMBRE	MENSAJES TWITTER	MENSAJES FACEBOOK	AUDIOS SUBIDOS X DIA
RADIO "LA VOZ DEL TOMBÉ"	GUIFOR TRUJILLO	0	0	
	LEONARDO GUILLEN	2 A 3	NO TIENE	
	JUAN PABLO CAMPOVERDE	15	15	2 A TRAVÉS DE IVOOX
	MARCELO GUTIERREZ			



	ROMEO	NO TIENE	NO TIENE	
	MOSCOSO			
RADIO				
"SPLENDID"	FAUSTO AVILA	15	PERSONAL	
	CAMPOVERDE			2 A TRAVÉS DE
	JUAN DIEGO	10	10	SOUNDCLOUD
	CORNEJO			
	PEDRO			
	REINOSO	2 A 3	2 A 3	
	ANDRES	30	30	
RADIO "ONDAS	MUÑOZ			
AZUAYAS"	PABLO JOSE	15	15	
	MORA			2 A TRAVÉS DE
	DIEGO			IVOOX
	MARTINEZ	10	10	

RADIO	FELIPE	NO	NO	
"CADENA	BERMEO			NO SUBEN
RADIAL	ANDRES	4	4	AUDIOS
VISION"	CARPIO			

Fuente. Mercados & Proyectos **Cuadro 6.** Elaboración propia

Luego de observar los datos expuestos en cada uno de los cuadros anteriores podemos manifestar en primer lugar que si bien los sitios de las emisoras en lo que concierne a la preferencia de los públicos no ha variado mayormente y



no causado por la utilización en los últimos tiempos de las redes sociales sino más bien por una trayectoria de muchos años atrás que para los oyentes se ha convertido en una tradición escucharlas, por supuesto sin dejar de lado el reconocer la calidad, variedad y credibilidad características que las han sabido sostener desde sus inicios.

Si bien las redes sociales son utilizadas en estos medios de comunicación por parte de los periodistas deportivos cabe manifestar que estas han servido para fortalecer la información de los distintos programas en todos los casos y para el programa “*FactorM*” a su vez le ha servido para posicionar su marca en el mercado.

También se ha podido constatar que las redes sociales si bien se las utilizan diariamente para la labor periodística-investigativa, señalamos que no son redes sociales propias que identifican a los programas, por lo general son las cuentas personales que se las emplean para su trabajo para interrelacionarse con el público, para recibir criterios, denuncias, saludos, opiniones diversas, enlaces, fotografías, audios sea vía Facebook o tuitter que les ha permitido como en el caso del programa “*FactorM*” de radio Ondas Azuayas captar la atención de una mayor cantidad de aficionados que les siguen permanentemente a través de sus cuentas, demostrando que una buena utilización de aprovechar todas las bondades que pone al alcance de nuestras manos la tecnología puede brindar frutos como en este caso que hay reconocimiento a nivel nacional del nombre del programa, sus integrantes y su



marca.

Cabe señalar que dentro de estos programas deportivos observados algunos de sus conductores o presentadores tiene cuenta en Twitter y en Facebook otros no utilizan ninguna de las redes y algunos emplean tan solo una de ellas, por distintos motivos unos las emplean solo para proveerse de información y no generan información y si lo hacen esto es esporádicamente. Pero todos se conectan a la web para mantenerse contextualizados.

En el tema de archivos de audios algunos fragmentos de audio los más relevantes de una entrevista se los sube a la red mediante programas como el Ivoxx o SoundCloud mínimo dos archivos diarios. Todo dependerá de la relevancia de la importancia que pueda tener la información para los radioescuchas.

Podemos manifestar también que el número de seguidores, me gusta que muestran tanto Facebook como tuitter no reflejan la real audiencia con las que cuentan las diferentes programaciones deportivas no son nada reales a lo que se refleja dentro del primer cuadro expuesto.

Por último podemos citar que los algunos programas deportivos no han mostrado interés en promocionarse por estos mecanismos por descuido, no les interesa o por no invertir tiempo para el manejo de las cuentas de los programas, según versiones de algunos comunicadores en entrevista concedida de manera personal



El uso de la tecnología por parte de los periodistas deportivos es evidente y esto con la finalidad de aportar a su trabajo mayor calidad más allá de que los propios medios de comunicación no colaboren promocionando su labor pensando siempre en que su labor como muchas otras tiene que ir encaminada en favor de las demás.

CAPITULO III

La comunicación en el siglo XXI



Los medios de comunicación y las formas de comunicarse entre unos y otros con el pasar de los años y el avance tecnológico han sufrido transformaciones, del impreso (aunque no ha desaparecido) a lo digital y de las relaciones interpersonales cara a cara a las relaciones virtuales a través de la web.

Fernández del Moral decía:

“Nadie puede poner en duda que la sociedad del siglo XXI tendrá que contar con más profesionales de la información y la comunicación, libres, independientes, rigurosos y honestos. Atrás va quedando la concepción precientífica de la información y los modos artesanales van dejando paso a la configuración de una profesionalidad nueva”. (ctd en De Aguinaga 3).

Han pasado algunos años y Fernández del Moral hablaba con mucha razón y lógica ya que en la actualidad los medios de comunicación han tenido la necesidad de contar con más profesionales de la información y comunicación, ahora no sé qué tan libres, honestos, independientes sean quizá sí rigurosos, frente a esta nueva manera de llevar a cabo la tarea periodística o llamado nuevo periodismo en su función de difundir información. Las redes sociales son en la actualidad esos medios por los cuales el periodista ha encontrado una manera más para expandir su pensamiento porque son de libre acceso y muy prácticas.

Estas vías de comunicación tendrán que ser del periodista su campo de acción por el cual su trabajo se realice con diligencia, discernimiento, tarea



basada en los principios morales y éticos de cualquier profesión. Características o cualidades del periodista que deberá mantenerlas durante su labor digital, para que la elaboración, producción y emisión de su información le permita mantener una relación de credibilidad, veracidad y confianza con sus lectores.

*“Y es que vivimos en un mundo de continuos cambios que han provocado una manera distinta de ver y hacer las cosas. El uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación han creado en los individuos necesidades en todos los aspectos y condiciones en el desarrollo de una forma de pensar y vivir. Sin duda nos hallamos ante la visión que más radicalmente redefine la cultura por la comunicación”.
Lizarazo Arias, Diego. La redefinición de la cultura por la comunicación. Sistema Nacional de Investigadores Nivel II. Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco²³.*

Dentro de este capítulo intentaremos saber cuáles son esos retos que se le presentan al periodista con el manejo de las nuevas tecnologías y cuáles son las funciones a cumplir bajo estos parámetros además de conocer si dentro de los programas deportivos si bien existe cantidad de información esta es de calidad.

3.1.- Importancia y uso de las herramientas digitales en las radios deportivas cuencanas.

²³ http://www.diegolizarazo.com/recientes/la_redefinicion_dela_cultura.pdf



Estos nuevos espacios virtuales han conseguido atraer a la atención de mucha gente en el mundo que aceptan estos sitios como parte de su interacción personal social cotidiana. Las redes sociales han demostrado su alto grado de penetración a nivel social y como muestra están los medios de comunicación.

Como se ha podido apreciar en el capítulo anterior las redes sociales se encuentran presentes y están siendo utilizados en los diferentes medios de comunicación en algunos casos aprovechando todas las ventajas que brindan la web 2.0 y en otros con ciertas restricciones y me refiero a esos límites que los propios profesionales de los diferentes programas deportivos se han puesto y que han sido sujeto de nuestro estudio.

Y es que no se puede estar fuera de este contexto porque eso provocaría un crecimiento profesional y al mismo tiempo personal incompleto, hay que permitir una evolución de nuestra vida y profesión dentro de este mundo de continuos cambios, transformaciones de las cuales no podemos quedar fuera ni pasarlos por desapercibidos.

Las redes sociales son un fenómeno de masas y dentro se encuentra el periodismo deportivo y esta nueva forma de comunicación se ha adoptado por parte de este periodismo ya que en ellas se ha encontrado a personajes con criterios y conocimientos que han sido el aporte de una transformación enriquecedora de los diversos contenidos adquiridos por una mayor cantidad de



aportes valiosos, el trabajo es en equipo.

Temor en la utilización de ciertas redes sociales en las cuales se da a conocer información de tipo profesional en algunos casos si los hay pero en el manejo de redes en lo que concierne al aspecto netamente profesional de ninguna manera.

Sera importante para los medios de comunicación formar parte y permanecer dentro de la era digital se puede ganar mucho en audiencia y posicionamiento en el mercado si se hace un buen uso de sus recursos.

“Los medios de comunicación tienen una asignatura pendiente con las redes sociales: adaptarse para sobrevivir debe ser la máxima. La proliferación de medios sociales debe hacer reaccionar a las empresas periodísticas para que se adapten a la nueva audiencia y desarrollen nuevos modelos de negocios en función a estas tecnologías emergentes”. Flores. (ctd en Túñez – García) Las redes sociales en las estrategias de comunicación.²⁴

En la actualidad no se puede negar la importancia y necesidad de las redes sociales pero también es importante que los periodistas conozcan de otras herramientas que pueden ser muy favorables para ampliar sus campos de difusión de la información como YouTube, blogs, podcast y otras; que pueden ser utilizadas y dominadas por todos.

²⁴ http://www.ae-ic.org/tarragona2012/contents/comunicacions_cd/ok/147.pdf



El desconocimiento de estos recursos digitales, podríamos manifestar, se debe a que los periodistas van adquiriendo estas destrezas en el camino, por su curiosidad y no por la presencia de expertos en este tema que les enseñen su manejo, esto les ha permitido ir conociendo e implementando en sus diversos programas nuevas herramientas tecnológicas. Hasta el día de hoy es un trabajo empírico de la práctica.

A las redes sociales se las puede otorgar un gran potencial periodístico, como medio de consulta y de información, pero también se pueden presentar en ellas los mismos aspectos por los que se dejó de confiar en los medios tradicionales prensa, radio, cine y televisión. Cabe mencionar de las redes que si bien han servido para aspectos profesionales estas a su vez tienen otros usos que nada tienen que ver en el orden profesional.

Las redes sociales se han convertido en una vía rápida de transmisión de las noticias siendo un camino alternativo que ofrecen los medios de comunicación tradicionales. Podemos decir por tanto, que las redes sociales aportan y tienen mucho que entregar a la labor periodística.

3.2.- Retos, desafíos del periodista deportivo en la actualidad.-

“La tecnología está modificando las prácticas profesionales del periodismo. Quizás es una de las revoluciones más significativas, por cuanto permite el surgimiento de un nuevo medio de comunicación denominado por algunos autores ciberperiodismo, periódico interactivo multimedia, periodismo digital y otros. Armananza, Díaz



Noci, Flores y col (ctds en Montiel-Villalobos 4). La enseñanza del periodismo en el siglo XXI²⁵.

Estas formas de comunicación demandan en nosotros como periodistas preparación y capacitación para laborar dentro del medio digital con eficiencia. Debemos adquirir capacidades tecnológicas dentro de un ámbito que cada día nos exige más. El periodista deberá ser un profesional capaz de utilizar diversos medios, como imágenes, sonidos y texto a la vez.

El periodismo en este siglo debe seguir cumpliendo con su función de aportar noticias que lleven al análisis, el periodista deberá irse formando e ir cambiando la estructura de sus contenidos, es decir, en cómo la información se la presenta al receptor en el plano digital.

Luis Ángel Fernández manifiesta que:

"El periodista digital es el que ejerce como tal a partir de su capacidad para crear elementos nuevos de comunicación, donde el análisis, la interpretación y la integración de los procesos informativos son los que dan un valor añadido a la actividad del medio".

(ctd en Meso Ayerdi). Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo²⁶.

²⁵ <http://www.ww.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2013/ponenciamontiel.pf>

²⁶ <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002mesojunio5103.htm>



A través de los medios digitales se debe procurar no caer en el error de falsear la información escudándose en el anonimato, el periodismo debe ser realizado con veracidad, objetividad, de escribir lo mejor que se pueda con mucha precisión para que se llegue a comprender lo que se quiere decir con la finalidad de no provocar malos entendidos. Tiene que ser claro, conciso, utilizar un lenguaje o escritura entendible para los diversos públicos. Debe manejarse con sensibilidad ética.

Que no suceda como dice Diego Levis:

“El uso de los nuevos medios informáticos, nos advierten, el vocabulario se empobrece, se pierden las normas de sintaxis y no se respeta la ortografía, lo cual pone en riesgo la riqueza de nuestra lengua y la capacidad de escribir de niños y jóvenes que utilizan estas modalidades de comunicación”. Levis, Diego. “Hablar con el Teclado”. Razón y Palabra [México] #54. (2007)²⁷

El reto del periodista al mostrar estas cualidades y su profesionalismo es tratar de que los receptores de la información adquieran porque no responsabilidad en el manejo de las nuevas tecnologías y que esos valores mostrados a base del ejemplo puedan ser sembrados con solidez. Esto demostrará al mismo tiempo si el periodista cuenta con libertad, independencia e integridad, desestimando la duda que en el principio de esta tesina se tenía.

²⁷ <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n54/dlevis.html>



Estos son los mayores retos que desde mi punto de vista deberían cumplir los periodistas actuales no solo me refiero a los deportivos sino en un sentido general, y además aquellos que están en proceso de formación académica.

"Afortunadamente, las tecnologías de la información están permitiendo un desarrollo personal, profesional y social de mayor calidad....".

Montiel de Rodríguez, Maryalejandra, y Fernando Villalobos Gutiérrez.

La enseñanza del periodismo en el siglo XXI. " Un desafío entre lo impreso y lo digital." *Razón y Palabra [México] #49. Mesa 13. (2006)*²⁸

Así como las tecnologías están permitiendo un desarrollo personal y profesional estos a su vez tiene que incidir en el desarrollo personal de los receptores de su audiencia, más allá de brindar un servicio, utilidad y participación se debe buscar orientar y enriquecer el conocimiento para obtener un público crítico que demande y nos exija calidad.

Los retos en lo ético es otro de los aspectos que el periodismo debe afrontar dentro de esta era digital. Aspecto que se refiere al respeto a la forma de pensar, a las emociones y sentimientos de cada individuo receptor.

También el periodismo serio tendrá que mantener su libertad, regulación y autorregulación ejercidas por su voluntad propia como lo manifiestan Hugo Aznar y José Luis Martínez y no por fuerzas externas o grupos de poder que incidan sobre su labor. *Casasús Guri, Josep María. Perspectiva ética del*

²⁸ <http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2013/ponenciamontiel.pdf>



periodismo electrónico. [Estudios sobre el mensaje periodístico / Barcelona] #7 (2001; 49-55)²⁹

El periodismo digital nos aboca a nuevos desafíos de la comunicación con el receptor, se debe tomar conciencia de que:

"Internet es más que un nuevo modo de distribuir información. Se trata de un medio completamente nuevo, con unas peculiaridades específicas que repercuten en la forma que se configura la información distribuida a través de ella" Pérez-Luque, Maria José & Perea, Maiden. (ctds en Luzón). **Periodista digital**³⁰

Considero que aunque el periodismo digital este presente o se hable con mucha frecuencia de él, los medios clásicos, fundamentalmente la prensa escrita, seguirán existiendo y volverán a adaptarse a las nuevas circunstancias como lo han hecho en el pasado. Aunque no dejan de existir diversas opiniones en lo que se refiere a este tema como el de los *"Apocalípticos"* e *"Integrados"* como los denomina Umberto Eco (2011; 4-8) "superhombre que opone el rechazo y el silencio a la banalidad imperante, nutrido por la desconfianza total en cualquier acción que pueda modificar el orden de las cosas..."...se reprocha al apocalíptico es no intentar nunca, en realidad, un estudio concreto de los productos y de las formas en que verdaderamente son consumidos". En el caso de los *"integrados"* en cambio "adoptan una reacción positiva" hay mayor comprensión a una situación

Thomas Curley, "apocalíptico" afirma:

²⁹ <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=776435>

³⁰ <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/49s6luzon.htm>



“La imprenta no ha muerto y el online es aún un recién nacido, pero, si los cambios tecnológicos siguen a esta gran velocidad, pronto no habrá diarios, sino tan sólo información”. (ctd en Ganga 39)

Mientras que José Álvarez “integrado”

“(…) Ya no se trata exclusivamente de la transformación de un medio impreso en una nueva publicación digital, sino de la aparición de un nuevo medio sin que desaparezca el original. (...). Las empresas editoras de periódicos han descubierto, gracias a Internet, dos medios donde antes había uno”. (ctd en Ganga 39)

Partiendo de estas reflexiones creo que se podría llegar a un consenso que enmarque o conceptualice a estos nuevos medios a los cuales se demanda cada vez más información verás por parte de sus usuarios, de la sociedad.

En conclusión en esta etapa de cambios en la comunicación y de las nuevas formas de interrelacionarnos entre sí, los mismos que seguirán dándose y a los cuales una vez más tendremos que adaptarnos cuando llegue su momento como en esta ocasión las redes sociales, deberían ser utilizadas en toda su capacidad si el éxito se desea conseguir en el mundo de la comunicación y para alcanzar este objetivo reitero que los propietarios de los medios de comunicación no solo deberían implementar tecnología a su labor cotidiana sino al mismo tiempo formar a sus colaboradores en este aspecto si desean contar con trabajadores de primer nivel. Este es el vacío que se ha podido observar en los medios lo que demuestra una gran falencia dentro de este aspecto. Los medios no pueden seguir actuando dentro de este tema con un desinterés total



en no proyectar a una evolución periodística a quienes forman parte del entorno de su actividad, deberían estar agradecidos por la actitud de sus periodistas que por su propio interés han sabido con algunas complicaciones surgir dentro de esta revolución tecnológica.

Esta es una nueva forma de entender la labor periodística por parte de quienes comprenden lo sacrificada que es esta labor, este deseo de llegar por todos los mecanismos posibles existentes en el mercado a un mayor número de receptores le ha permitido al comunicador ir adquiriendo mayores destrezas y habilidades en el manejo de la tecnología.

Los medios de comunicación todavía tienen un trabajo pendiente con respecto a las redes sociales y a la tecnología en general, es necesario una reacción inmediata si desean permanecer en el mercado acaparando audiencias como lo hemos manifestado a lo largo este trabajo, de extraer todo el potencial que nos brinda la tecnología pero sin duda alguna cambiar su manera de pensar de actuar sus políticas de empresa de dejar a la buena de Dios a sus empleados cuando deberían ser los primeros en incentivar y promover a sus trabajadores a una evolución profesional.

Traigo una vez más a colación una de las frases de José Luis Dader:

“es necesario no sólo invertir en tecnología, sino en adiestramiento del personal con el fin de que el acceso a base de datos electrónicos y servicios de información en línea sea una práctica”. **Dader**, José Luis.
(ctd en Fuentes)³¹

³¹ <http://www.saladeprensa.org/art04.htm>



*“Internet es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos”.
Castells, Manuel. “Internet y la sociedad red”. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya 7 oct. 2000; 18.*

Conclusiones.

1. Estoy seguro que los medios de comunicación como empresas deberían realizar un periodismo más comprometido con los ciudadanos y las ciudadanas. El conocimiento a fondo de las redes sociales permitirá establecer espacios de colaboración y diálogo con sus públicos.
2. Los propietarios, gerentes de los medios de comunicación han colaborado con la tecnología y esa es su responsabilidad pero se olvidaron de la capacitación para su manejo y este ha sido un inconveniente que se han presentado dentro de los programas deportivos sujetos a investigación, así lo supieron manifestar los Lcdos. Felipe Bermeo³² de la “Cadena Radial Visión”, Pedro Reinoso³³ de radio “Splendid” y el Ing. Andrés Muñoz A. de radio “Ondas Azuayas”, se asume que quienes van a hacer uso de esta tecnología ya tiene

³² Entrevista concedida al autor de la Tesina.

³³ Entrevista concedida al autor de la Tesina.



“preparación y experiencia” sobre su manejo como lo dijo la Sra. Janeth Cardoso³⁴, Gerente de radio “Ondas Azuayas”. El rol de los propietarios o gerentes es tan solo de supervisión del buen uso de los equipos

3. La ausencia de algunos programas deportivos como tales en las redes sociales no les ha permitido generar una identidad digital debido a la falta de preocupación por parte de los gerentes o propietarios y de los mismos comunicadores en utilizar las redes sociales para obtener una mayor proyección en el mercado, lo principal ha sido resaltar la imagen del medio de comunicación y luego de manera individual la de sus programas “si valiera la pena y si quienes lo dirigen quisieran proyectarlo más allá” Dr. Jorge Piedra Cardoso³⁵, director de la radio “La Voz del Tomebamba”, pero resulta que *¡aún no lo han hecho!*. Un caso diferente es “FactorM”, programa deportivo de radio Ondas Azuayas, que por iniciativa de sus conductores Ing. Andrés Muñoz³⁶ y Lcdo. Pablo José Mora que al proyectarlo con la ayuda de las redes sociales con la imagen de una empresa ha alcanzado reconocimiento a nivel local y nacional. Con este ejemplo se demuestra la potencialidad informática de las redes y el protagonismo social que pueden provocar.
4. Señalo también que uno de los aspectos que ha influido en algunos colegas para no tener presencia en las redes sociales o intervenir en ellas de forma parcial tan solo consumiendo y no generando información,

³⁴ Entrevista concedida al autor de la Tesina.

³⁵ Entrevista concedida al autor de la Tesina.

³⁶ Entrevista concedida al autor de la Tesina.



se debe al “miedo”, a las dudas en lo que respecta al tratamiento y la invasión de su privacidad, según las propias palabras de Don Guifor Trujillo y Don Romeo Moscoso. De esta manera también nos podemos dar cuenta que si bien las redes sociales nos brindan la opción de tener cierta privacidad para que los datos personales que ingresamos en la red puedan ser vistos solo para quienes el dueño de la página o cuenta lo desee.

5. De acuerdo a lo anteriormente señalado los temores existen en lo que se refiere al manejo de la información de carácter personal por parte de las redes sociales ya que pueden provocar o prestarse para que la información que uno introduce al momento de aperturar una cuenta para formar parte de una red social, puede ser mal utilizada o empleada incluyendo las imágenes, fotografías, por personas del anonimato que pueden generar información dañina, mal intencionada causando de esta manera daño a la imagen personal. En el caso de Twitter esta red tuvo fallos importantes de seguridad, que provocó “un grave problema con la privacidad de 250.000 cuentas, tras el que los atacantes han podido acceder incluso a la versión cifrada de sus contraseñas”³⁷ y en el caso de Facebook presento daños en su sistema y esto conllevó a que se difundan “datos personales de millones de personas por un fallo en su sistema de recomendación de amigos”, que según detalla la internauta Violet Blue en su portal “se trata de datos que Facebook ha estado

³⁷ <http://www.genbeta.com/redes-sociales/twitter-reconoce-un-fallo-de-seguridad-que-ha-dejado-al-descubierto-al-menos-250-000-cuentas>.



recopilando sobre sus usuarios de manera clandestina y sin su consentimiento”³⁸.

6. Si bien se lo podría considerar a aquel que no está involucrado dentro de la era digital fuera de lugar de contexto, quizás también las podríamos considerar como personas que toman sus debidas precauciones y no quieren tener ningún tipo de inconvenientes como los detallados anteriormente a pesar de conocer que en esta época la comunicación, la información y las relaciones interpersonales se dan con mayor frecuencia por la vía digital.

Recomendaciones.

1. Sabemos que existe muy poco conocimiento en el manejo de las Redes Sociales por parte de los Periodistas Deportivos Radiales en nuestro medio aún más en su manejo, por lo que me permito por medio de este investigación incentivar, motivar a los Periodistas Deportivos Radiales a ser curiosos, a que su interés sea mayor por conocer hasta donde estas nuevas herramientas pueden ser aprovechadas en su labor periodística, cuáles son las ventajas y desventajas de estas Redes Sociales y el impacto que podrían causar al momento de emitir la información.
2. Impulsar un conocimiento, un cambio en el manejo y utilización de las redes sociales, a más de intentar conseguir un cambio de actitud activa, curiosa, investigativa y de superación personal en el conocimiento de lo

³⁸ <http://actualidad.rt.com/actualidad/view/98384-facebook-amigos-datos-secretos-error>



que nos presenta la tecnología a la que tenemos que sacarle el mayor de los provechos ya que los primeros y grandes beneficiados seremos nosotros mismos si conocemos todo lo que nos pueden brindar estas herramientas para nuestra profesión.

3. Es necesario que los medios de comunicación contraten a expertos en el manejo de la tecnología digital que adiestren a su personal en su uso y que estos a su vez se conviertan en un Community Manager³⁹ que será “la persona encargada de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet haciendo uso de los nuevos canales de comunicación a través de herramientas sociales”.
4. Será necesario que los periodistas deportivos promocionen sus programas y su trabajo utilizando los diversos recursos que nos brinda la red. Por tal motivo, los comunicadores del deporte deben hacer uso de las diferentes redes sociales lo que les ayudará a su vez para un desarrollo profesional, personal y social de mayor calidad.
5. Me permitiría sugerir que se tome como ejemplo el programa “FactorM” de radio Ondas Azuayas que ha logrado alcanzar el éxito y el reconocimiento por el uso apropiado de los diversos recursos que la tecnología digital nos brinda.
6. Será fundamental perder ese miedo de conocer de experimentar con lo nuevo, de no ser estacionarios o conformistas a no dejar de ser curiosos e investigativos, debemos estar siempre predispuestos a ser individuos

³⁹ <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/que-es-un-community-manager/>



evolutivos a someternos permanentemente a los cambios y transformaciones que nos presenta este mundo.

7. Adentrarnos en este campo amplio de las redes sociales y no solo quedarnos con las redes de Facebook o Twitter sino ir más allá de implementar otras herramientas de audio, video e imágenes que pueden enriquecer y proyectar de mejor manera nuestra labor periodística.

Bibliografía

- Aguinaga, Enrique de. *"El periodista en el umbral del siglo XXI."* Estudios sobre el mensaje periodístico. Madrid, agosto 14. Vol.8 (2002; 157-170).
- Ávila, Fausto y Miguel Gutiérrez. *La Radiodifusión cuencana y su incursión en el fútbol local.* Tesis de Licenciatura. Universidad de Cuenca. (2010;34, 36, 37, 40, 43, 49)
- Castells, Manuel. "Internet y la sociedad red". Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya 7 oct. 2000; 18
- Mercados y Proyectos
- Vizcarra, Javier Molina. "PERIODISMO DEPORTIVO 3.0." Razón y Palabra [México] #69. 2009.
- Wolton, Dominique. *Informar no es comunicar.* Barcelona: Editorial Gedisa. (2010. p. 20)



Bibliografía Digital.

- Arroyo-Vázquez, Natalia. "El uso profesional de las redes sociales". Anuario ThinkEPI, (2009, v. 3, pp. 145-152). <http://www.thinkepi.net/el-uso-profesional-de-las-redes-sociales>
- Ayerdi, Koldo Meso. "Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital." Revista Latina de comunicación social [Universidad de la Laguna / Bilbao] #51. (2002; 6). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002mesojunio5103.htm>
- Barberà, Elena. "Calidad de la enseñanza 2.0." *RED. Revista de Educación a Distancia* (2008): 1-17. <http://www.um.es/ead/red/M7/elena.pdf>
- Briggs, Mark. Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información. Universidad de Texas en Editor. Austin. JanSchaffer. (2007; 3) https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf
- Canga Larequi, Jesús. "Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. Estudios sobre el mensaje periodístico [Universidad del País Vasco / País Vasco] #7 (2001; 33-48)



<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=776428>.

- Casasús Guri, Josep María. Perspectiva ética del periodismo electrónico. [Estudios sobre el mensaje periodístico / Barcelona] #7 (2001; 49-55).

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=776435>

- Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Vol. 26204. DEBOLS! LLO, 2011.

<http://books.google.com.ec/books?hl=en&lr=&id=W5zYVzkliFAC&oi=fnd&pg=PP3&dq=que+son+los+apocalipticos+e+integrados&ots=oA7AeS8L4&sig=fz5glsGwv8KbCcXFKIGNufWcBts>

- García, José Sixto y Túnnez López, Miguel. "Las redes sociales en las estrategias de comunicación: del Prestige a Fukushima." [Universidad Santiago de Compostela / Galicia] (1-19).

http://www.aeic.org/tarragona2012/contents/comunicacions_cd/ok/147.pf

- Ecuagol. Página digital.

www.ecuagol.com

- Española, Academia Real. "DICCIONARIO RAE".

<http://www.rae.es/drae/>

- Espino Narváez, Cinta y Daniel Espín Pena. Las Radios Universitarias, más allá de la radio, Editorial UOC. (2012; 13),

<http://books.google.com.ec/books?id=PrDY922FzpkC&pg=PA58&dq=las+redes+sociales+en+la+radio&hl=es-419&sa=X&ei=cUcDFIrij4APgk4DYDw&ved=0CC8Q6AEwAA#v=onepage&q=las%20re>



[des%20sociales%20en%20la%20radio&f=false](#)

- Fuentes, Alma Delia. Periodismo de precisión: La vía socioinformática de descubrir noticias. [Sala de Prensa Madrid] #1. 1997. <http://www.saladeprensa.org/art04.htm>
- Herrero Gutiérrez, Francisco “los programas deportivos de la radio española en la red social Facebook: espacio de promoción, lugar de encuentro... ¿medidor de audiencia?”. Universidad de Salamanca. (2011, 6)
<http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/viewFile/ARAB1111130003A/4028>
- Joankarlos. Las Redes Sociales: Una fuerte alternativa de información dosensocial, 2011.
<http://www.dosensocial.com/2011/03/14/las-redes-sociales-una-fuerte-alternativa-de-informacion/>
- Lozares, Carlos. "La teoría de redes sociales." *Revista Papers* 48 (1996): 103-126.
<http://alejandrogg.com.mx/temario3/Carlosredes%20sociales.pdf>
- Levis, Diego. “Hablar con el Teclado”. *Razón y Palabra* [México] #54. (2007).
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n54/dlevis.html>
- Lizarazo Arias, Diego. La redefinición de la cultura por la comunicación. Sistema Nacional de Investigadores. [Universidad Autónoma



Metropolitana – Xochimilco] Nivel II. (1-

9). http://www.diegolizarazo.com/recientes/la_redefinicion_de_la_cultura.pdf

- Luzón Fernández, Virginia. "Periodista digital: de MacLuhan a Negroponte. [Revista Latina de comunicación social / #34] (2000; 8)

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/49s6luzon.htm>

- Martínez Gutiérrez, Fátima. TecCom Studies.

Las redes sociales: una aproximación conceptual y una reflexión teórica sobre los posibles usos y gratificaciones de este fenómeno digital de masas. Universidad San Pablo CEU #1 (2010; 1-11).

http://www.teccomstudies.com/numeros/revista-1/136-las-redes-sociales-una_aproximacion-conceptual-y-una-reflexion-teorica-sobre-los-posibles-usos-y-gratificaciones-de-este-fenomeno-digital-de-masas?start=3

- Molina, Ana Sofía. Expresión Verbal en el Ámbito Profesional, Panel de discusión. 05 marzo.2009.

<http://es.scribd.com/doc/19556955/Usos-redes-sociales>

- Montiel de Rodríguez, Maryalejandra, y Fernando Villalobos Gutiérrez. La enseñanza del periodismo en el siglo XXI. " Un desafío entre lo impreso y lo digital." *Razón y Palabra [México] #49. Mesa 13.* (2006). <http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2013/po-nenciamontiel.pdf>



- Omar Marrero Rivera. *Fundamentos del Periodismo deportivo*. Terranova Editores 2011. P. 155
[http://books.google.com.ec/books?id=vPCvzfCyUSEC&pg=PA148&dq=las+redes+sociales+y+su+influencia+en+el+periodismo+deportivo&hl=es-419&sa=X&ei=kPicUdPzK-H4AOW24HgBg&ved=0CDQQ6AEwAQ#v=onepage&q=las%20redes%20sociales%20y%20su%20influencia%20en%20el%20periodismo%20depo](http://books.google.com.ec/books?id=vPCvzfCyUSEC&pg=PA148&dq=las+redes+sociales+y+su+influencia+en+el+periodismo+deportivo&hl=es-419&sa=X&ei=kPicUdPzK-H4AOW24HgBg&ved=0CDQQ6AEwAQ#v=onepage&q=las%20redes%20sociales%20y%20su%20influencia%20en%20el%20periodismo%20deportivo&f=false)
[rtivo&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=vPCvzfCyUSEC&pg=PA148&dq=las+redes+sociales+y+su+influencia+en+el+periodismo+deportivo&hl=es-419&sa=X&ei=kPicUdPzK-H4AOW24HgBg&ved=0CDQQ6AEwAQ#v=onepage&q=las%20redes%20sociales%20y%20su%20influencia%20en%20el%20periodismo%20depo)
- Rivera, Nelson, y María Rosa Lissi. "La Responsabilidad Social: cómo la viven tres grupos de estudiantes de enseñanza media en Chile." *Psykhé* (Santiago) 13.2 (2004): 117-130.
http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22282004000200009
- Salaverría, Ramón, and José Alberto García-Avilés. "La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo." (2008).
<http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5071/1/154114.pdf>
- Teradeportes. Página digital.
www.teradeportes.com
- Van Der Henst, Christian. "¿Qué es la Web 2.0." *Recuperado el 1* (2005; 1).
<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/>



Entrevistas

- Ing. Andrés Muñoz Araneda. Radio “Ondas Azuayas”. Entrevista personal. Cuenca, 03 julio, 2013..
- Lcdo. Felipe Bermeo Quinde. Radio “Cadena Radial Visión”. Entrevista personal. Cuenca, 29 junio, 2013.
- Lcdo. Guifor Trujillo Correa. Radio “La Voz del Tomebamba”. Entrevista personal. Cuenca, 13 mayo, 2013.
- Sra. Janeth Cardoso. Gerente General Radio “Ondas Azuayas”. Entrevista personal. Cuenca, 02 julio, 2013.
- Dr. Jorge Piedra Cardoso. Director General Radio “La Voz del Tomebamba”. Entrevista personal. Cuenca, 02 julio 2013.
- Lcdo. Pedro Reinoso. Radio “Splendid”. Entrevista personal. Cuenca, 29 junio, 2013.
- Lcdo. Romeo Moscoso Moreira. Radio “Splendid”. Entrevista personal. Cuenca, 14 mayo, 2013.
- Lcdo. Wilson Crespo Vicuña. Radio “Alfa”. Entrevista personal. Cuenca, 29 junio, 2013.

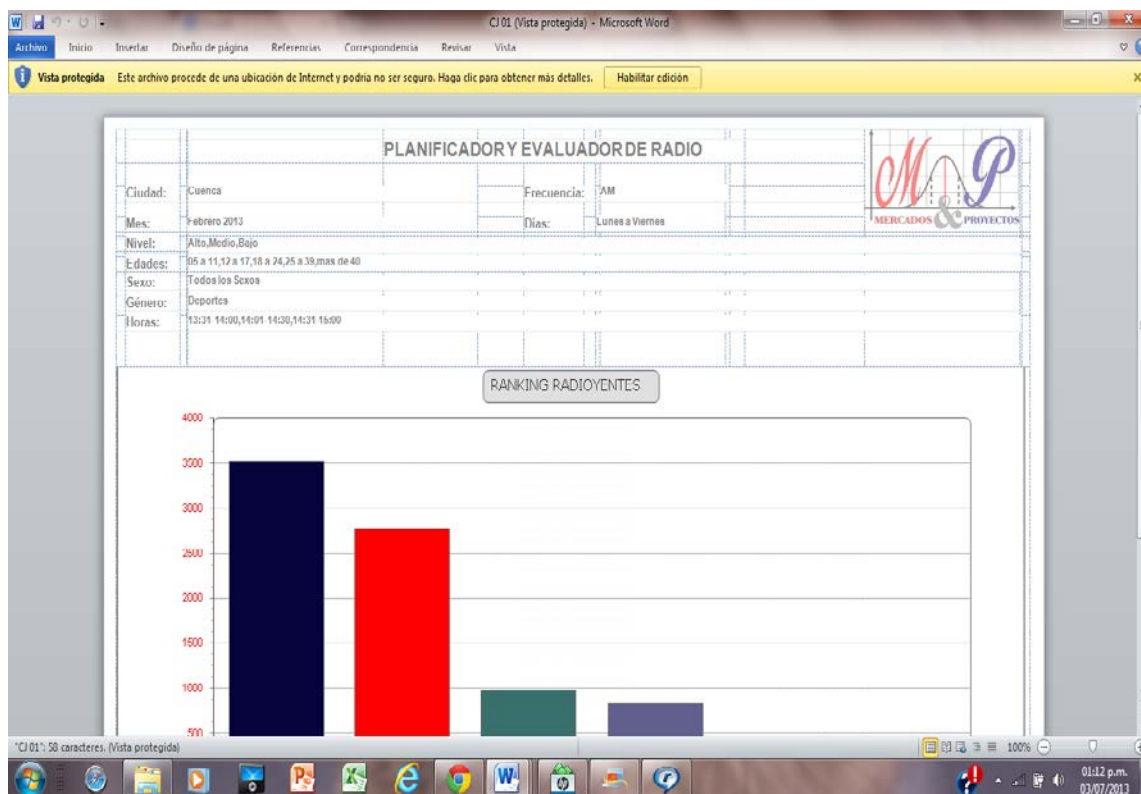


Universidad de Cuenca

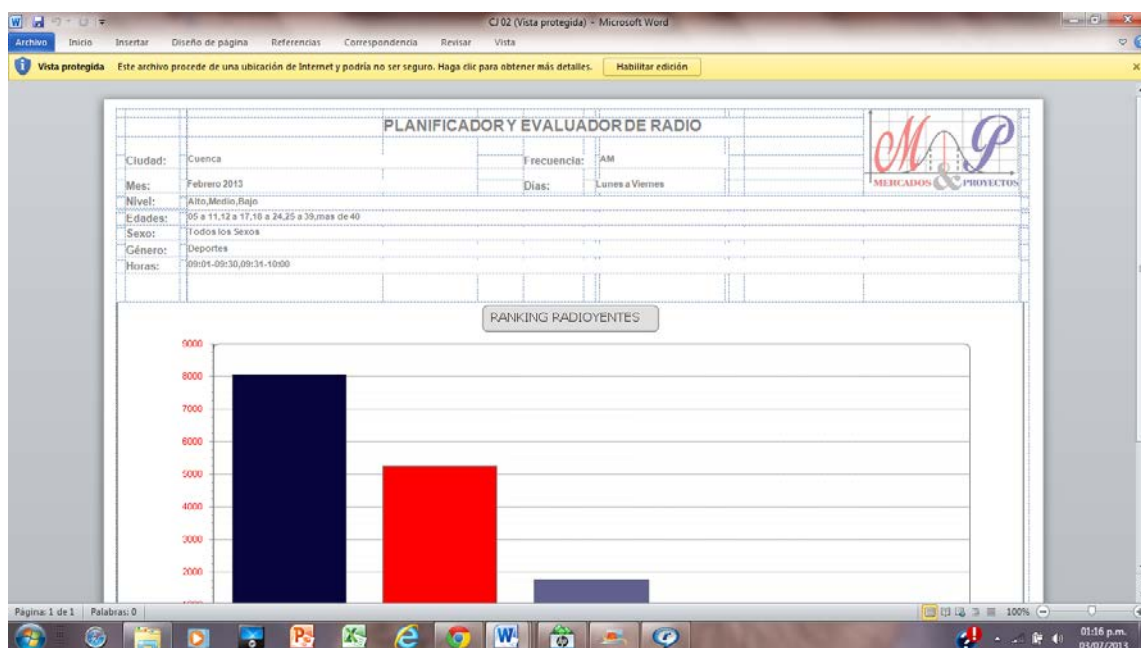


ANEXOS

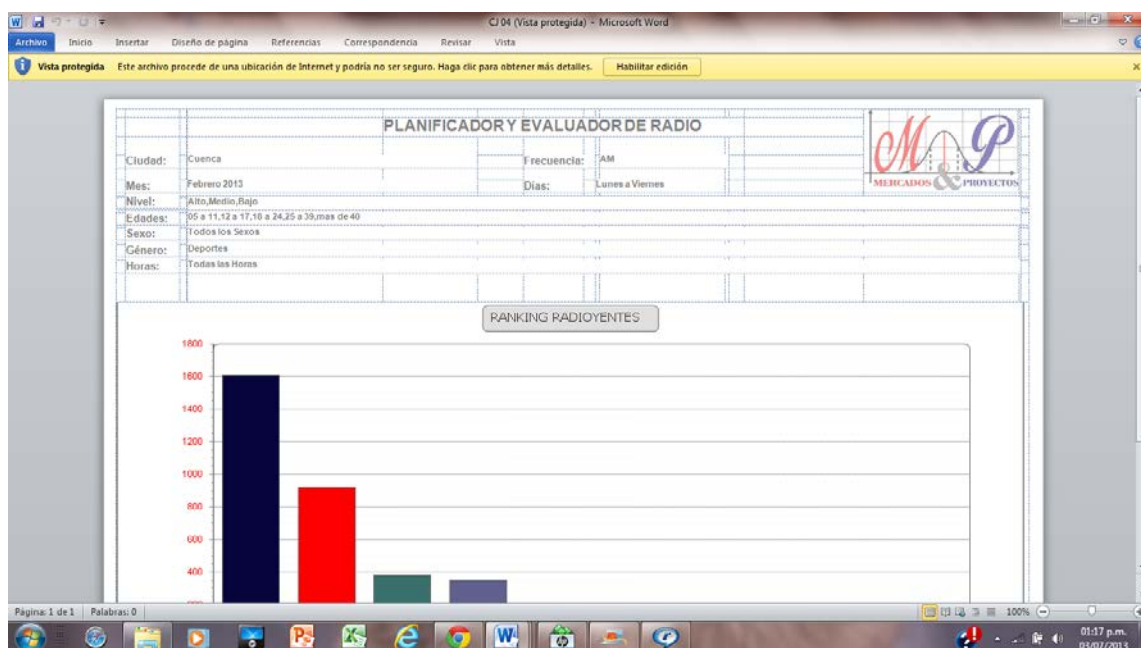
Anexo 1.



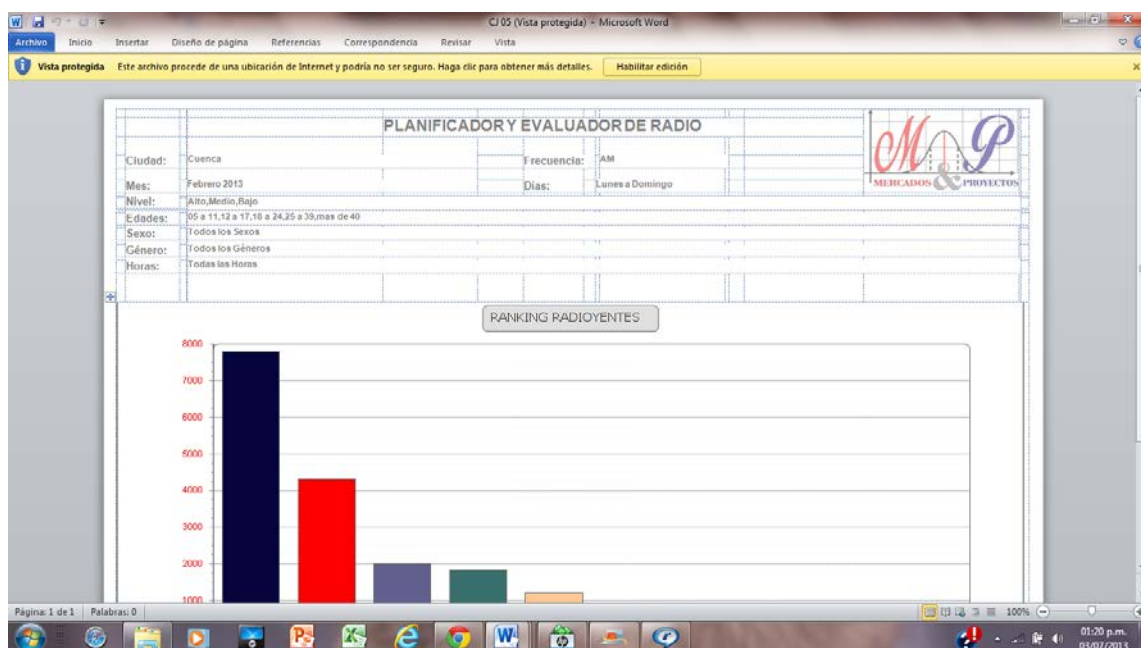
Anexo 2



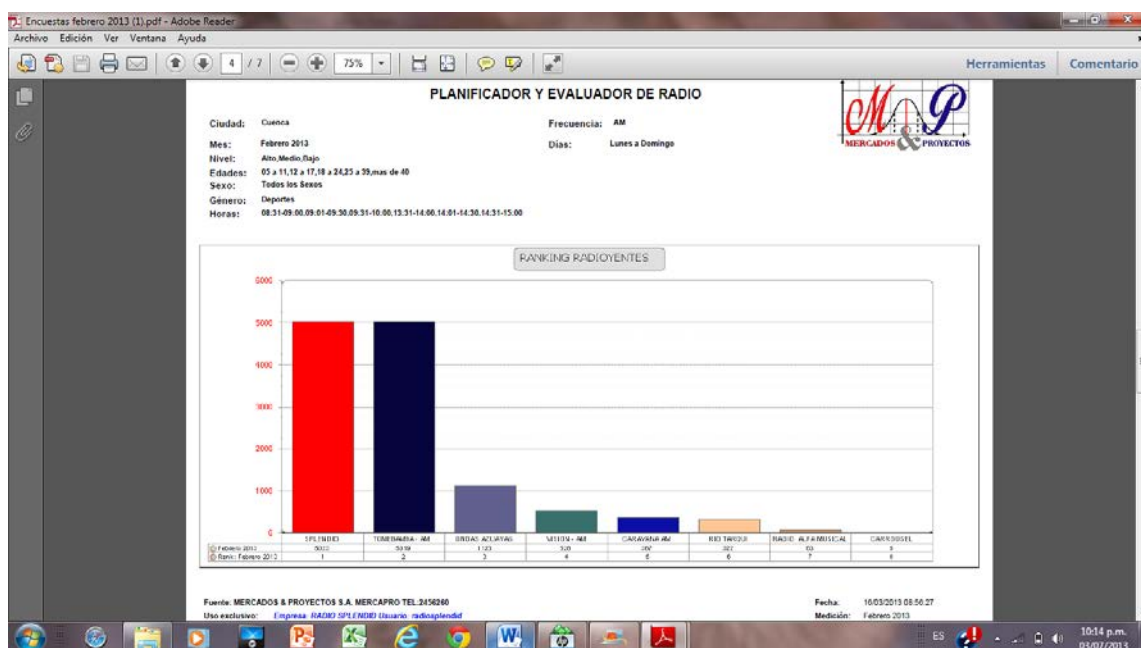
Anexo 3



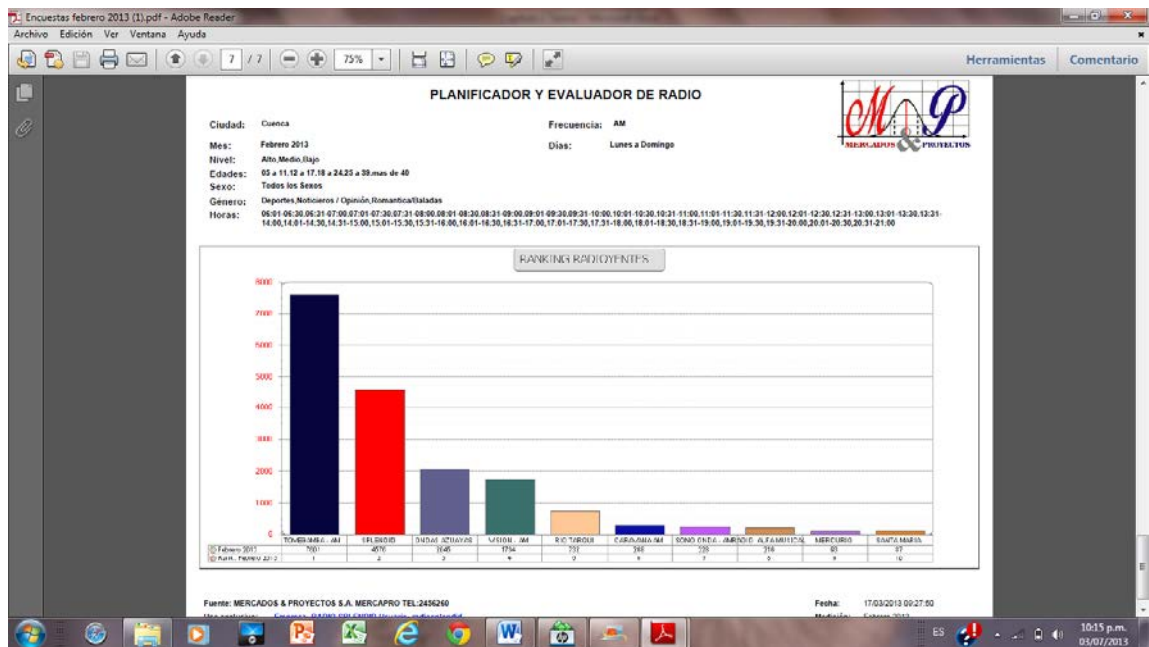
Anexo 4



Anexo 5



Anexo 6



Anexo 7



Anexo 8



Anexo 8

